

**TINJAUAN HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF TENTANG
PROMOSI SKINCARE DENGAN SISTEM PENYEBARAN TESTIMONI
(Studi Kasus pada *Online Shop A-dha White Series* Bandar Lampung)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana (S.H)
dalam Ilmu Syariah

Oleh

KARINA GAYATRI PUTRI

NPM. 1621030142

Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah)



**FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1442 H/2021 M**

**TINJAUAN HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF TENTANG
PROMOSI SKINCARE DENGAN SISTEM PENYEBARAN TESTIMONI
(Studi Kasus pada *Online Shop A-dha White Series* Bandar Lampung)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana (S.H)
dalam Ilmu Syariah

Oleh

KARINA GAYATRI PUTRI

NPM. 1621030142

Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah)

Pembimbing I : Dr. Alamsyah, S. Ag., M. Ag.

Pembimbing II : Dr. Hj. Linda Firdawaty, S. Ag., M.H.

**FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1442 H/2021 M**

ABSTRAK

Jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar suka sama suka menurut cara yang ditentukan syari'at, baik dengan *ijab* dan *qabul* yang jelas, atau dengan cara saling memberikan barang atau uang tanpa mengucapkan *ijab* dan *qabul*. Jual beli dapat dikatakan sah apabila kedua belah pihak telah memenuhi rukun dan syarat dalam jual beli tersebut. Adapun rukun dalam jual beli yaitu: *ba'i*, *mustari*, *shighat (ijab qabul)*, *ma'qud 'alaih*. Sedangkan syarat dalam jual beli adalah yaitu: dilihat dari segi subjek jual beli, penjual dan pembeli harus *baligh*, berakal dengan kehendak sendiri, keduanya tidak *mubazir*. Dilihat dari segi objek jual beli barang atau benda yang menjadi sebab terjadinya transaksi jual beli harus bersih barangnya, dapat dimanfaatkan, milik yang melakukan akad mampu menyerahkan, mengetahui yang diakadkan di tangan. Rumusan masalah pada masalah ini yaitu praktik promosi *skincare* A-dha *white series* Bandar Lampung dengan sistem penyebaran testimonial tanpa seizin konsumen dan pandangan hukum Islam dan hukum positif terhadap praktik promosi *skincare* A-dha *white series* Bandar Lampung dengan sistem penyebaran testimonial tanpa seizin konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field Research*). Yaitu suatu penelitian yang mengumpulkan datanya diambil dari lokasi atas lapangan. Berdasarkan hasil penelitian yang berhasil dihimpun dalam judul skripsi ini yaitu promosi *skincare* dengan cara penyebaran tanpa seizin konsumen pada *skincare* A-dha *white series* terjadi antara penjual dan pembeli, di mana ketika pembeli menggunakan produk *skincare* tersebut penjual akan menghubungi konsumen dalam waktu tertentu, perihal pemakaian *skincare* tersebut. Penjual akan meminta foto testimoni baik sebelum maupun sesudah pemakaian *skincare* tersebut berupa gambar/foto konsumen, dengan adanya bukti gambar/foto tersebut, maka penjual bisa dengan mudah menggunakan gambar/foto milik konsumen untuk mempromosikan produk *skincare* dengan cara menyebarkan testimoni tersebut ke *platform* media sosialnya tanpa seizin konsumen yang bersangkutan. Tinjauan hukum Islam tentang promosi *skincare* dengan sistem penyebaran testimoni adalah tidak diperbolehkan. Pelarangan tersebut merujuk pada hadis dan Fatwa MUI yang menyatakan bahwa penyebaran testimoni tanpa izin orang yang bersangkutan merupakan pelanggaran HAKI karena menyebarkan informasi pribadi tanpa seizin pemiliknya. Dalam hukum positif pun praktik tersebut tidak diperbolehkan karena melanggar ketentuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, khususnya pada PASAL 1320 Ayat (1) tentang Kesepakatan.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Karina Gayatri Putri
Npm : 1621030142
Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah)
Fakultas : Syari'ah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif tentang Promosi Skincare dengan Sistem Penyebaran Testimonial (study Kasus pada Online Shop adha WhiteSeries Bandar Lampung)** adalah benar-benar hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain kecuali sebagian yang telah dirujuk dalam perpustakaan. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 21 Oktober 2020

Penulis



Karina Gayatri Putri

Npm: 1621030142



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS SYARI'AH**

Alamat : Jl.Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul : **Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif tentang Promosi Skincare dengan Sistem Penyebaran Testimonial (Studi Kasus pada Online Shop A-dha White Series)**
Nama : **Karina Gayatri Putri**
NPM : **162103014**
Fakultas : **Syari'ah**
Jurusan : **Muamalah**

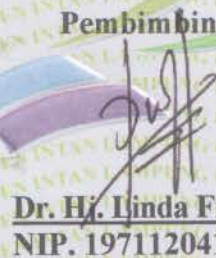
MENYETUJUI

Telah dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah
Fakultas Syari'ah UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I


Dr. Alamsyah, S. Ag., M. Ag.
NIP. 197009011997031002

Pembimbing II


Dr. Hj. Linda Firdawaty, S.Ag., M.H
NIP. 197112041997032001

**Mengetahui,
Ketua Program Studi Muamalah**


Khoiruddin, M.S.I
NIP. 197807252009121002



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS SYARI'AH**

Alamat : Jl.Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif tentang Promosi Skincare dengan Sistem Penyebaran Testimonial (Studi Kasus pada Online Shop A-dha White Series)"** disusun oleh **Karina Gayatri Putri Npm 1621030142** Jurusan **Muamalah**, telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada hari/tanggal:

Tim Penguji

Ketua : Khoiruddin, M.S.I. (.....)

Sekretaris : Abuzar Alghifari, S.Ud., M.Ag. (.....)

Penguji I : Dr. Hj. Nurazli, S.H., S.Ag., M.Ag. (.....)

Penguji II : Dr. Alamsyah, S. Ag., M. Ag. (.....)

Penguji III : Dr. Hj. Linda Firdawaty, S.Ag., M.Ag. (.....)



**Mengetahui,
Dekan Fakultas Syari'ah**

Dis. H. Khairuddin, M. H.
NIP. 196210221993031002

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisaa : 29)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT dan senantiasa bershalawat kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, dengan ini penulis persembahkan hasil penulisan skripsi kepada :

1. Kepada kedua orang tuaku tercinta, Bapak Sumartono, S.E dan Ibu Yunita Sri Hartati yang senantiasa kuhormati dan kubanggakan dalam keadaan apapun. Saya ucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tuaku, karena berkat doa dan usaha beliaulah langkah demi langkah yang ditempuh senantiasa dipermudah oleh Allah SWT, hingga sampai akhirnya mampu menyelesaikan studi S1 di UIN Raden Intan Lampung. Semoga mereka selalu berada dalam lindungan Allah SWT dan senantiasa dilimpahkan keberkahan atas setiap langkahnya yang tulus dan ikhlas.
2. Kepada kakakku Yuton Widagdo dan Gilang Ramadhan serta kakak-kakak iparku Trensisca Rastu Nabela dan Aulia Nur Rahmi atas segala jasa pengorbanan, doa, motivasi, dukungan moril dan materil serta curahan kasih sayang yang tak terhingga, sehingga dengan upayaku bisa membuat kalian bangga.
3. Kepada Sepupuku Anjani Permata Sari, Ajeng Rosita, Zaleta dan Agrevito. Terimakasih telah memberi semangat yang tiada henti dan tidak bosan untuk mengingatkan. Sehingga saya bisa menulis skripsi ini sampai selesai
4. Teruntuk Almamater UIN Raden Intan Lampung dan Fakultas Syariah yang kucintai dan sangat kubanggakan.

RIWAYAT HIDUP

Karina Gayatri Putri dilahirkan di Bandar Lampung tertanggal 07 September 1998 dari pasangan suami istri bernama Bapak Sumartono, S.E dan Ibu Yunita Sri Hartati. Riwayat pendidikan yang telah penulis selesaikan, diantaranya sebagai berikut:

1. TK Al-Azhar II Kota Bandar Lampung (2004-2005)
2. SD Al-Azhar II Kota Bandar Lampung (2005-2010)
3. SMP N 20 Bandar Lampung (2010-2013)
4. SMKN 1 Bandar Lampung (2013-2016)
5. Dan pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan S1 di Perguruan Tinggi UIN Raden Intan Lampung dengan mengambil jurusan Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Hukum dan Syariah.

Bandar Lampung,
Penulis,

Karina Gayatri Putri
NPM. 1621030142

KATA PENGANTAR

Assalamu' alaikum Wr, Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: "Tinjaun Hukum Islam dan Hukum Positif Tentang Promosi Skincare dengan Sistem Penyebaran Testimoni (Studi Kasus pada Online Shop Adha White Series Bandar Lampung)" dapat diselesaikan. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi besar Muhammad SAW, para sahabat, dan para pengikut-pengikutnya.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah pada Fakultas Hukum dan Syari'ah, UIN Raden Intan Lampung. Penyelesaian skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa adanya bantuan, kerjasama, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh.Mukri, M.ag. Rektor UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di kampus tercinta ini
2. Bapak Dr. H. Khairuddin Tahmid, M.H., selaku Dekan Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa memberikan kemudahan kepada mahasiswa.

3. Bapak Khoiruddin, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Muamalah yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada mahasiswanya.
4. Bapak Dr. Alamsyah, S.Ag., M.Ag. selaku pembimbing I dan Ibu Dr. Hj. Linda Firdawaty, S.Ag., M.H. selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan serta waktu luang untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmu dan pendidikan selama masa perkuliahan.
6. Kepala beserta seluruh staf karyawan tata usaha Fakultas Syariah, perpustakaan pusat dan perpustakaan Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan bantuan dan menyediakan buku referensi dalam menyelesaikan skripsi ini
7. Teruntuk Almamater UIN Raden Intan Lampung dan Fakultas Syariah yang kucintai dan sangat kubanggakan.
8. Seluruh teman tercinta Livia, Aya, Anggra, Atia, Indah Pero, Aris, Aang, AditKudil, Daniel, Akbar yang telah menyemangati saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh teman tercinta Mualamah J angkatan 2016 yang senantiasa kebersamai dalam setiap langkah perjuangan.
10. Seluruh teman tercinta KKN Desa Datarajan ,Kecamatan Ulubelu Tanggamus tahun 2019.

Semoga segala kebaikan yang diberikan oleh berbagai pihak kepada penulis dapat dilipat gandakan dengan kebaikan oleh Allah SWT, dan demi kemajuan penelitian diharapkan saran dan kritik yang membangun untuk penulis, karena penulisan skripsi ini jauh dari kata ketidaksempurnaan dan masih ada kekurangan. Dengan demikian, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk para pembaca pada umumnya dan untuk penelitian selanjutnya.

Aamiin yarobbal ,alamin.

Wassalamu'alaikum Wr, Wb.

Bandar Lampung, 21 Oktober 2020

Karina Gayarti Putri
NPM. 1621030142

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO.	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Penegasan Judul.	1
B. Alasan Memilih Judul.	2
C. Latar Belakang Masalah.....	3
D. Fokus Penelitian.....	6
E. Rumusan Masalah.	6
F. Tujuan Penelitian.	7
G. Signifikan Penelitian.....	7
H. Metode Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Kajian Teori	14
1. Teori Akad.....	14
a. Pengertian Akad	14
b. Dasar Hukum Akad	17
c. Rukun dan Syarat Akad.....	19
d. Jenis-Jenis Akad	24
e. Asas-Asas Akad	33
f. Berakhirnya Akad	36
2. Teori Promosi.....	38
a. Promosi dalam Hukum Positif	38
1) Pengertian Promosi	38

2) Hukum Promosi dalam Hukum Positif	38
3) Rukun dan Syarat Promosi	45
4) Tujuan dan Manfaat Promosi	46
5) Cara Promosi	46
b. Promosi dalam Hukum Islam	47
1) Pengertian Promosi	47
2) Hukum Promosi dalam Hukum Islam	48
3. Hukum Perjanjian.....	49
a. Pengertian Perjanjian.....	49
b. Asas-Asas Perjanjian.....	50
c. Syarat Sah Perjanjian	52
d. Unsur-Unsur Perjanjian.....	54
e. Jenis-Jenis Perjanjian	55
4. Ghasab	57
a. Pengertian Ghasab.....	57
b. Dasar Hukum Ghasab	59
B. Tinjauan Pustaka	63
BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	67
A. Gambaran Umum Tentang A-Dha <i>White Series</i> Bandar Lampung ...	67
1. Sejarah tentang Produk A-Dha <i>White Series</i> Bandar Lampung...	67
2. Profil dan Produk A-Dha <i>White Series</i> Bandar Lampung.....	68
B. Gambaran Promosi dengan Sistem Penyebaran Testimoni.....	70
1. Bentuk- Bentuk Promosi Skincare	70
2. Bentuk-Bentuk Promosi Skincare Dengan Cara Testimoni Tanpa Seizin Konsumen.....	72
C. Pandangan Konsumen terhadap Penyebaran Testimonial Tanpa Izin.....	74
BAB IV ANALISIS DATA PENELITIAN	82
A. Pelaksanaan Praktik Promosi dengan Sistem Penyebaran Testimonial Tanpa Seizin Konsumen.....	82

B. Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif Terhadap Promosi dengan Sistem Penyebaran Testimonial Tanpa Seizin Konsumen. ...	85
BAB V PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Rekomendasi	90
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk memudahkan pemahaman mengenai judul skripsi ini dan supaya tidak menimbulkan ke keliruan atau kesalah pahaman, maka perlu dijelaskan secara singkat tentang istilah-istilah yang terdapat dalam judul skripsi ini. Skripsi ini berjudul : **“Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif tentang Promosi Skincare dengan Sistem Penyebaran Testimonial (Studi Kasus Pada Online Shop AdhaWhiteseries Bandar Lampung)”**. Adapun istilah-istilah yang perlu dijelaskan adalah sebagai berikut:

1. Tinjauan dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) diartikan sebagai pendapat atau perbuatan yang meninjau suatu hal tertentu yang menjadi suatu objek penelitian.¹
2. Hukum Islam adalah sejumlah aturan yang bersumber pada wahyu Allah dan Sunnah Rasul baik yang mengatur tingkah laku manusia yang diakui dan diyakini serta harus dikerjakan oleh umat Islam.²
3. Hukum Positif adalah Kumpulan asas dan kaidah hukum tertulis dan tidak tertulis yang saat ini sedang berlaku dan mengikat secara umum

¹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2011), h. 1811.

²Moh Dahlan, *Abdullah Ahmed An-Na'im Epistimologi Hukum Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009), h. 91.

atau khusus dan di tegakkan oleh atau melalui pemerintahan atau pengadilan dalam negara indonesia.³

4. Promosi adalah usaha atau upaya untuk memajukan atau meningkatkan; misalnya: untuk meningkatkan perdagangan atau memajukan bidang usaha.⁴
5. Skincare adalah perawatan kecantikan yang di khusus kan untuk bidang kulit agar kulit tampak lebih cerah dan sehat. Baik melalui seperti facial, totok wajah dan lain-lain.
6. Testimoni dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti kesaksian. Jadi testimoni adalah iklan yaang memeberikan kesaksian konsumen terhadap suatu produk barang atau jasa.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat dipahami bahwa judul dari skripsi ini adalah sebuah penelitian tentang Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif terhadap Promosi dengan sistem penyebaran testimonial tanpa seizin konsumen .

B. Alasan Memilih Judul

Ada beberapa alasan yang menjadi motivasi penulis untuk memilih judul ini sebagai bahan penelitian, diantaranya sebagai berikut:

1. Secara Objektif

Bahwa telah terjadi praktik jual beli produk Skincare melalui Promosi yang menggunakan sistem penyebaran testimonial tanpa

³ *Unpas Hukum.blogspot.com*, (diakses pada 21 Oktober 2019)

⁴ Rivai Wirasasmata, dkk, *Kamus Lengkap Ekonomi*, (Bandung: Pionir Jaya, 2002), h.399

seizin dari pihak konsumen, oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengangkat hal ini menjadikan judul skripsi peneliti.

2. Secara Subjektif

- a. Pembahasan ini memiliki relevansi dengan disiplin ilmu yang ditekuni oleh penulis yaitu jurusan Hukum Ekonomi Syariah (*Mu'amalah*), Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- b. Belum ada yang membahas pokok permasalahan tentang promosi Skincare dengan sistem penyebaran testimonial tanpa seizin konsumen, sehingga saya tertarik untuk meneliti, mengkaji dan mengangkatnya sebagai judul skripsi.

C. Latar Belakang Masalah

Transaksi jual beli barang adalah salah satu kegiatan bisnis yang paling umum dan paling sering terjadi. Kebutuhan hidup yang semakin meningkat dan jumlah masyarakat yang juga semakin banyak, membuat transaksi jual beli semakin meningkat dan semakin mendesak dari tahun ke tahun. Oleh karena itu diperlukan wadah yang dapat mempermudah penjual untuk mempublikasikan dan mempromosikan dagangannya pada para pembeli, sehingga transaksi antara penjual dan pembeli dapat berjalan dengan lancar.

Jual beli merupakan salah satu kegiatan yang sudah sejak lama dilaksanakan oleh manusia untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Pada prinsip nya jual beli hukumnya adalah halal. Agama Islam sendiri

menganjurkan kepada kita untuk melakukan jual beli yang sesuai syari'at Islam.⁵

Hal tersebut sesuai dengan firman Allah surat (An-Nīsa ayat 29) :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”⁶

Dalam ayat ini menerangkan hukum transaksi secara umum lebih khusus kepada transaksi perdagangan, bisnis jual beli. Dalam ayat ini Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, (dan segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan cara yang batil, yaitu yang tidak dibenarkan oleh syari'at.

Islam telah memberikan aturan-aturan, seperti bagaimana rukun dalam jual beli, syarat-syarat jual beli dan juga mengenai jual beli yang dilarang maupun yang diperbolehkan. Oleh karena itu dalam praktiknya harus dikerjakan secara konsekuen dan ada manfaat dari pihak yang bersangkutan tetapi dalam praktik jual beli tersebut ada kalanya terdapat penyimpangan peraturan yang telah ada.

⁵Ibrahim, *Penerapan Fikih*, (Solo: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2004), h. 3.

⁶ Ahmad Tohaputra, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Semarang: CV. Asy-Syifa'), h.176.

Untuk memenuhi kebutuhan manusia memiliki tujuan yang ingin dicapai. Untuk itu transaksi sosial manusia membutuhkan orang lain untuk memenuhi kebutuhan. Hal ini mengakibatkan adanya transaksi ekonomi yang dalam hal ini disebut dengan jual beli.

Salah satunya adalah jual beli skincare. Skincare adalah produk kecantikan yang sangat diminati oleh kaum perempuan, setiap perempuan dari berbagai kelompok sosial masyarakat mendambakan dirinya menjadi sosok yang cantik dan menarik. Dengan menjadi cantik seorang perempuan merasa lebih percaya diri dan lebih diterima di masyarakatnya. Kecantikan bukanlah konstruk fisik yang dapat diukur secara eksak, tetapi kecantikan adalah suatu konstruk sosial yang subyektif dan sangat dipengaruhi oleh budaya karakteristik masyarakat. Bahkan dapat dikatakan dipengaruhi oleh trend, mode dan kesukaan temporer banyak orang.

Produk kecantikan merupakan bisnis dengan keuntungan yang tinggi. Maka sangat diminati oleh masyarakat untuk menjual produk-produk skincare. Karena sangat diminati maka penjual harus mempromosikan produknya kepada calon konsumen dengan memberikan testimoni agar pembeli tertarik dan minat untuk membeli produk skincare ini.

Setelah produsen menyebarkan beberapa testimonial ke calon konsumen agar tertarik dengan skincare yang dijualnya. Namun produsen tidak meminta izin terlebih dahulu kepada konsumen untuk menyebarluaskan foto di sosial media sebagai testimoni.

Dari uraian di atas, maka penulis termotivasi untuk meneliti masalah tersebut dengan judul “ Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif tentang Promosi Skincare dengan sistem Penyebaran Testimonial (Studi pada Online Shop A-dha White Series Distributor Lampung)”

D. Fokus Penelitian

Fokus penelitian yaitu area spesifik yang akan dibahas dalam penelitian ini. Melalui fokus penelitian ini dapat ditentukan secara jelas pokok permasalahan yang menjadi konteks pembahasan sehingga bisa dipilih-pilih dan tidak terlalu memberikan penjelasan yang keluar dari pembahasan yang sedang dikaji. Fokus penelitian pada skripsi ini ialah mengkaji praktik tentang promosi *skincare* dengan penyebaran testimoni, yaitu seperangkat hal yang berkaitan dengan praktik promosi *skincare* dengan sistem penyebaran testimonial pada *Online Shop A-dha white series* Bandar Lampung.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas, penulis menyimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik promosi *skincare* Bandar Lampung dengan sistem penyebaran testimonial tanpa seizin konsumen?
2. Bagaimanakah pandangan hukum Islam dan hukum positif terhadap praktek promosi suatu barang di Adha White Series Bandar Lampung?

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui praktik jual beli dan promosi skincare A-dhaWhiteSeries dengan cara penyebaran testimonial tanpa seizin konsumen.
2. Untuk mengetahui pandangan hukum islam dan hukum positif tentang praktik promosi skincare A-dhaWhiteSeries dengan sistem penyebaran testimonial tanpa seizin konsumen.

G. Signifikasi Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini mampu memberikan pemahaman terhadap masyarakat mengenai pandangan hukum islam dan hukum positif terhadap praktik jual beli dan promosi skincare AdhaWhite Series Bandar Lampung dengan cara penyebaran testimonial tanpa seizin konsumen, dan diharapkan dapat memperkaya *khazanah* pemikiran keislaman dan menambah hasil penelitian baru bagi civitas akademik Fakultas Syariah, Jurusan Hukum Ekonomi Syarih (*Mu'amalah*), Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada umumnya.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini dimaksudkan sebagai suatu syarat untuk meemenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) dengan ilmu syariah di Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

H. Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan induktif. Alasannya, karena metode kualitatif dengan pendekatan induktif lebih relevan dalam mengolah datanya. Sedangkan untuk mewujudkan gambaran penelitian yang baik, maka dibutuhkan langkah yang sistematis. Adapun langkah-langkah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Yaitu suatu penelitian yang mengumpulkan datanya di ambil dari lokasi atas lapangan.⁷ Penulis melakukan penelitian langsung ke Distributor Adha White Series Bandar Lampung. Hal tersebut dilakukan sebagai pemenuhan data primer, sedangkan data sekunder penulis mencarinya dari buku-buku *fiqih* dan buku-buku lainnya yang secara langsung maupun tidak langsung ada hubungannya dengan permasalahan.

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif normatif, yaitu jenis penelitian yang menggambarkan suatu permasalahan atau hasil penelitian secara objektif, tepat, dan peka terhadap gejala yang

⁷ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Mandar Maju, 1996),-h. 81.

terjadi pada individu atau kelompok tertentu.⁸ Hal tersebut dilakukan guna mendeskripsikan praktik jual beli dan promosi skincare dengan sistem penyebaran testimonial tanpa seizin konsumen.

2. Desain Penelitian

a. Data Primer

Yaitu suatu data yang diperoleh atau bersumber langsung dari objek penelitian atau responden.⁹ Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah pelaku praktik jual beli yaitu produsen dan konsumen Adha White Series Bandar Lampung, hasil wawancara, serta observasi dan dokumentasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya: lewat orang lain, atau lewat dokumen.¹⁰ Data sekunder diperoleh peneliti dari buku-buku yang membicarakan topik yang berhubungan langsung dengan judul dan pokok bahasan kajian ini akan tetapi mempunyai relevansi dengan permasalahan yang dikaji

3. Metode Pengumpulan Data

a. Obsevasi

⁸ Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Jakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1994), h. 142.

⁹ Muhamad Pembundu Tika, *Metodelogi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h.4.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008),

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian menggunakan pengamatan dan pengindraan.¹¹ Hal tersebut dilakukan dengan cara memilih, mencatat, dan melakukan pengkodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan kegiatan observasi, dan sesuai dengan tujuan-tujuan empiris. Dalam hal ini peneliti memperoleh data yang diperlukan dengan cara datang langsung ke tempat penelitian dan mewawancarai pihak terkait.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam suatu penelitian yang berlangsung secara lisan, dilakukan oleh dua orang atau lebih, bertatap muka, mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan yang ingin didapatkan sebagai jawaban dari sebuah pertanyaan dalam suatu penelitian. Adapun yang diwawancarai dalam penelitian ini yaitu pihak distributor Adha White Series Lampung Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui lebih mendalam tentang permasalahan yang diteliti, sehingga diperoleh informasi yang sebenarnya. ¹²

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu kegiatan untuk mencari data mengenai suatu hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip,

¹¹ Muhadjir Noeng, *Metodelogi Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Positivik Rasionalistik Fenomenologik dan Realisme Metaphisik Dalam Telaah Studi Teks Penelitian Agama*, (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1996), h. 118.

¹² Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013), h. 96.

buku, surat kabar, majalah. Adapun yang dimaksud dengan disini adalah suatu data yang berkaitan dengan data lapangan.

4. Partisipan dan Tempat Penelitian

Penelitian bersifat kualitatif memilih lokasi atau partisipan tertentu dengan tujuan agar mereka membantu peneliti memahami masalah dan pertanyaan penelitian :

a. Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.¹³ Populasi dalam penelitian ini semua narasumber diambil sebagai sumber data penelitian. Populasi berjumlah 15 orang yang terdiri dari 1 orang distributor Adha White Series Bandar Lampung dan 14 orang konsumen pengguna *skincare* Adha White Series.

5. Teknik Pengolahan Data

a. Editing

Editing yaitu suatu bentuk kegiatan untuk memeriksa kelengkapan data yang telah dikumpulkan atau suatu kegiatan untuk mengadakan pemeriksaan kembali apakah data-data yang terkumpul sudah cukup lengkap, benar atau sudah relevan dengan

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, h. 80.

data yang diperoleh dari studi *literature* yang berhubungan dengan penelitian maupun data dari lapangan.¹⁴

b. Coding

Pemberian tanda kata yang diperoleh berupa penomoran ataupun penggunaan tanda atau simbol atau kata tertentu yang menunjukkan kelompok atau golongan tertentu atau klasifikasi berdasarkan jenisnya.

c. Sistematis

Yaitu bertujuan untuk merapihkan dan menempatkan data-data yang telah diperoleh dalam suatu kerangka sistematika penulisan, atau bahasa berdasarkan urutan masalah dengan cara melakukan pengelompokan data, yang telah di edit dan kemudian diberi tanda menurut kategori-kategori dan urutan masalah.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan kajian penelitian, yaitu Tinjauan Hukum dan Hukum Positif tentang Promosi Skincare dengan Sistem Penyebaran Testimoni (Studi Kasus pada *Online Shop Adha White Series Bandar Lampung*). *Deduktif* yaitu pengambilan kesimpulan dari yang berbentuk umum ke bentuk khusus. *Induktif* yaitu menarik kesimpulan,

¹⁴ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), h. 82.

berawal dari yang khusus, lalu pada yang umum, atau menemukan ciri-ciri yang ada pada masalah hingga dapat dikelompokkan dalam nash.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. KAJIAN TEORI

1. Teori Akad

a. Pengertian Akad

Pengertian akad umumnya dikenal sebagai penawaran dan penerimaan yang berakibat pada konsekuensi hukum tertentu. Akad berarti suatu kesepakatan yang bersadar pada penawaran dan penerimaan (ijab qabul) antara pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak dengan prinsip hukum dalam suatu urusan.¹

Pengertian akad secara etimologi antara lain berarti ikatan antara dua perkara, baik ikatan secara nyata maupun ikatan secara maknawi, dari satu segi maupun dua segi. Akad juga berartikan sambungan (*al-uqdah*) dan janji (*al-'ahd*).² Akad berasal dari bahasa arab *al-'aqd* yang artinya perjanjian, perjanjian, dan pemufakatan.³ Pertalian ijab qabul (pernyataan melakukan ikatan) dan qabul (pernyataan menerima ikatan), sesuai dengan kehendak syari'at yang berpengaruh pada objek perjanjian.

Secara etimologi, akad mempunyai beberapa arti, antara lain:⁴

¹Burhanuddin S, *Hukum Bisnis Syariah* (Bandung : UII Press,2010), h.79.

²Rahmat Syafei, *Fikih Muamalah* (Jakarta : Pustaka Setia, 2001), h. 43.

³Nasron Harun, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Grafindo Persada Pratama, 2007), h. 97.

⁴M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalah)* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h. 101.

- 1) Mengikat (*ar-Aabthu*), yaitu: mengumpulkan dua ujung tali dan mengikat salah satunya dengan yang lain sehingga bersambung dikemudian menjadi sebagai sepotong benda.
- 2) Sambungan (*Aqdatun*), yaitu sambungan yang menjai memegang kedua ujung itu dan mengikatnya.

Secara terminologi akad yaitu sebagai berikut:⁵

- 1) Menurut Ibn Abidin, akad adalah perikatan yang ditetapkan dengan ijab dan qabul berdasarkan ketentuan syara' yang berdampak pada objeknya.
- 2) Menurut Al-Kamal Ibnu Humam, akad adalah hubungan ucapan salah seorang melakukan akad kepada yang lainnya sesuai syara' pada segi yang tampak dan berdampak pada objeknya.
- 3) Menurut Syamsul Anwar, akad adalah penemuan ijab qabul sebagai pernyataan kehendak dua pihak atau lebih untuk melahirkan suatu akibat hukum pada objeknya.⁶

Menurut pendapat ulama Syafi'iyah, Malikiyah dan Hanabilah, akad adalah segala sesuatu yang dikerjakan seseorang berdasarkan keinginan sendiri, seperti wakaf, talak, pembebasan atau sesuatu yang pembentukannya membutuhkan keinginan dua orang, seperti jual beli, sewa menyewa, perwakilan dan gadai.⁷ Pengertian akad menurut istilah, ada beberapa pendapat di antaranya adalah menurut Wahbah

⁵*Ibid.*, h. 44.

⁶Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah: Studi Tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat* (Jakarta : Rajawali Press, 2007), h. 68.

⁷*Ibid.*, h. 155.

Zuhaily dalam kitabnya *al-fiqh al-Islami wa adillatuh* yang dikutip oleh Damyauddin Djuwaini bahwa akad adalah hubungan atau keterkaitan antara ijab dan kabul atas diskursus yang dibenarkan oleh syara' dan memiliki implikasi hukum tertentu.⁸

Sedangkan menurut para ahli, akad didefinisikan sebagai berikut:

1) Muhammad Aziz Hakim

Beliau mengemukakan bahwa akad adalah gabungan atau penyatuan dari penawaran (ijab) dan penerimaan (kabul) yang sah sesuai dengan hukum Islam. Ijab adalah penawaran dari pihak pertama, sedangkan kabul adalah penerimaan dari penawaran yang disebutkan oleh pihak pertama.⁹

2) Zainal Abdulhaq

Mengemukakan bahwa akad adalah membuat suatu ikatan atau kesepakatan antara pihak pertama (penjual) dengan pihak kedua (pembeli) terhadap pembelian suatu barang atau produk yang dibenarkan oleh ketentuan hukum syar'i.¹⁰

⁸Eka Nuraini Rachamawati & Nab Mumin Bin Ab Ghani, Akad Jual Beli dalam Perspektif Fiqih dan Praktiknya di Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Al-Adalah*, Vol. XII, (Desember 2015), h. 786.

⁹Muhammad Aziz Hakim, *Cara Praktis Memahami Transaksi dalam Islam* (Jakarta: Pustaka Hidayah, 1996), h. 192.

¹⁰Zainal Abdulhaq, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Pustaka Amani, 2002), h. 76.

- 3) Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah yang dimaksud dengan akad adalah kesepakatan dalam suatu perjanjian antara dua pihak atau lebih dan tidak melakukan perbuatan hukum tertentu.¹¹

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa akad adalah sebuah ikrar atau kesepakatan langsung atau tidak langsung oleh dua pihak atau lebih bersifat tertulis mau pun tidak tertulis dengan niat sama-sama membangun kepercayaan.

b. Dasar Hukum Akad

Prinsip dasar akad adalah kewajiban memenuhinya kecuali terdapat dalil yang mengkhususkannya. Ketentuan tersebut tidak bersifat umum dalam setiap akad. Hal ini bergantung dari segi *lazim* (mempunyai kepastian hukum) atau tidaknya sebuah akad tersebut. Jika akadnya bersifat *lazim* maka berkewajiban memenuhinya. Sedangkan akad yang bersifat *jaiz* hanya sebatas disunnahkan saja, karena termasuk kebajikan yang dianjurkan syara'.¹² Al-Qur'an dan sunnah dipandang sebagai *fitrah al-munazzalah* sebagai pendamping fitrah yang dimiliki oleh manusia secara langsung dalam dirinya seperti *al-aql*, *al-syahwat* dan *al-ghadah*.¹³

Ibnu Taimiyah dalam *al-fatawa al-kubra* sebagaimana dikutip Hannan binti Muhammad Husein Jastanih berpendapat bahwa sesungguhnya akad itu harus ditepati karena syara' sendiri

¹¹Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), h. 72.

¹²Enang Hidayat, *Transaksi Ekonomi Syariah* (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 2016), h. 7.

¹³Mohammad Rusfi, "Filsafat Harta: Prinsip Hukum Islam Terhadap Hak Kepemilikan Harta", *Jurnal Al-Adalah*, Vol. 13, No. 2 (Desember 2016), h. 245.

mewajibkannya secara mutlak, terkecuali terdapat dalil yang mengkhususkannya. Akad yang harus ditepati itu termasuk akad yang disepakati oleh syara', begitu pula oleh akal manusia. Dan prinsip dari akad dan hasilnya apa yang saling ditentukan dalam akad tersebut.¹⁴

Ada beberapa landasan dasar hukum mengenai akad yaitu sebagai berikut :

Firman Allah Swt. dalam Surat Al-Israa : 34

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ^ج
وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا ﴿٣٤﴾

Artinya: “Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji; Sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggungan jawabnya.” (QS. Al-Israa : 34)

Firman Allah Swt. dalam Surat Al-Imran : 76

بَلَىٰ مَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ وَاتَّقَىٰ فَإِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَّقِينَ ﴿٧٦﴾

Artinya: “(Bukan demikian), sebenarnya siapa yang menepati janji (yang dibuat)nya dan bertakwa, Maka Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertakwa.” (QS. Al-Imran :76)

Firman Allah Swt. dalam Surat Al-Maidah : 1

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ^ج

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu.”(QS. Al-Maidah : 1)

¹⁴Hannan Binti Muhammad Husein Jastanih, *Aqsam Al-Uqud Fi Al-Fiqh Al-Islami*, (Makkah: Jam'iah Umm Al-Qura, 1418 H/1998 M), h.7.

c. Rukun dan Syarat Akad

1) Rukun Akad

Setiap akad harus memenuhi rukun dan syarat sahnya. Rukun akad yang dimaksud adalah unsur yang harus ada dan merupakan esensi dalam setiap kontrak.¹⁵ Rukun akad tersebut adalah:¹⁶

- a) *Aqid* ialah orang yang berakad, terkadang masing-masing pihak terdiri dari satu orang, terkadang terdiri dari beberapa orang. Misalnya penjual dan pembeli beras di pasar biasanya masing-masing pihak satu orang, ahli waris epakat untuk memberikan sesuatu kepada pihak yang lain terdiri dari beberapa orang, seseorang yang berakad terkadang merupakan wakil dari yang memilih hak.
- b) *Ma'qud 'alih* ialah benda-benda yang diakadkan, seperti benda-benda yang dijual dalam akad jual beli, dalam akad hibah (pemberian), dalam akad gadai, utang yang dijamin dalam akad kafalah.
- c) *Maudhu' al'aqd* ialah tujuan atau maksud pokok mengadakan akad. Berbeda akad, maka berbedalah tujuan pokok akad. Dalam akad jual beli tujuan pokoknya ialah memindahkan barang dari penjual kepada pembeli dengan diberi ganti. Tujuan akad hibah adalah memindahkan barang dari pembeli kepada

¹⁵ Nurhayati, *Fiqh dan Ushul Fiqh* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), h. 125.

¹⁶ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawali Press, 2014), h. 47.

yang diberi untuk dimilikinya tanpa ada pengganti ('iwadh). Tujuan pokok akad ijarah adalah memberikan manfaat dengan adanya pengganti.

- d) *Sighat al'aqd* ialah ijab dan kabul. Ijab adalah permulaan penjelasan yang keluar dari salah seorang yang berakad sebagai gambaran kehendaknya dalam mengadakan akad, sedangkan kabul ialah perkataan yang keluar dari pihak berakad pula, yang diucapkan setelah adanya ijab. Pengertian ijab qabul dalam pengalaman dewasa ini ialah bertukarnya sesuatu dengan yang lain sehingga penjual dan pembeli dalam membeli sesuatu terkadang tidak berhadapan.

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam *sighat al'aqd* ialah:¹⁷

- (1) *sighat al'aqd* harus jelas pengertiannya. Kata-kata dalam ijab kabul harus jelas dan tidak memiliki banyak pengertian, misalnya seseorang berkata "aku serahkan barang ini", kalimat tersebut masih kurang jelas sehingga masih menimbulkan pertanyaan; apakah benda tersebut diserahkan sebagai pemberian, penjualam, atau titipan. Kalimat yang lengkapnya ialah "aku serahkan benda ini kepadamu sebagai hadiah atau sebagai pemberian".

- (2) harus bersesuaian antara ijab dan kabul.

¹⁷Sohari Sahrani, *Fiqh Muamalah* (Bogor: Ghalia Indah, 2011), h. 43.

2) Syarat Akad

a) *Aqid* (subjek akad)

Disyaratkan bagi subjek hukum adalah *balig* dan berakal atau memenuhi kecakapan hukum. Orang yang cakap hukum merupakan orang yang dapat mengetahui baik atau buruknya suatu perbuatan, sehingga dapat mempertanggungjawabkan perbuatannya. Begitu pula orang yang cakap hukumlah yang bisa dinilai bahwa perbuatan yang dilakukannya sah dan punya implikasi hukum.

b) Ma'qud'alaih (objek akad) disyaratkan:

(1) Sesuatu yang diakadkan harus ada ketika akad, maka tidak sah melakukan akad terhadap sesuatu yang tidak ada (*bai'ma'dum*) seperti jual beli ijon. Namun menurut pendapat Ibnu Qayyim dan sebagian pengikut Imam Hanbali bahwa objek akad tidak disyaratkan ada pada waktu akad, tetapi boleh tidak ada waktu akad dengan syarat diketahui ciri-ciri barangnya secara spesifik sehingga tidak menimbulkan *gharar*. Ibnu Qayyim juga berkata bahwa *illat* pelarangan *bai'ma'dum* bukan karena barangnya tidak ada ketika akad namun karena *gharar*. *Gharar* yang dimaksud disini adalah sesuatu yang tidak bisa diserahkan baik barang itu ada pada waktu akad ataupun tidak.

- (2) Objek akad adalah sesuatu yang dibolehkan syari'at, maka tidak seperti jual beli *khamar*/miras dan narkoba.
- (3) Dapat diserahterimakan, maka tidak sah melakukan akad terhadap sesuatu yang tidak dapat diserahterimakan seperti jual beli burung di udara.
- (4) Objek yang diadakan diketahui oleh pihak-pihak yang berakad keharusan mengetahui objek yang diadakan ini menurut para *fuqaha'* adalah untuk menghindari terjadinya perselisihan antara para pihak yang berakad. Hal ini berdasarkan pada larangan yang terdapat dalam hadis nabi yang melarang *bai' gharar* dan *bai'majhul* (jual beli dengan komoditi yang tidak diketahui).
- (5) Bermanfaat, baik manfaat yang akan diperoleh berupa materi ataupun imateri, artinya jelas kegunaan yang terkadang dari apa yang diakadkn tersebut.

c) Sighat Akad

Merupakan sesuatu yang bersumber dari dua orang atau lebih yang melakukan akad yang menunjukkan tujuan kehendak batin mereka yang melakukan akad. *Sighat* terdiri dari *ijab* dan *qabul*. *Ijab* merupakan pernyataan yang menunjukkan kerelaan pihak yang menawarkan atau mengawali akad. Maka penawaran dalam jual beli dinamakan *ijab*, baik berasal dari penjual maupun pembeli. Bila penjual mengawali

dengan perkataan “saya jual” dinamakan *ijab*, atau pembeli yang mengawali dengan perkataan “saya beli” juga dinamakan dengan *ijab*. Sedangkan *qabul* adalah respons yang disebutkan kemudian yang berasal dari salah satu pihak yang berakad yang menunjukkan kesepakatan dan kerelaannya sebagai jawaban dari ucapan pertama. *Qabul* ada kalanya berasal dari penjual dan ada kalanya juga dari pembeli ketika akad berlangsung sebagaimana dalam *ijab*, misalnya dengan kalimat saya terima, setuju, atau *deal*. *Ijab* dan *qabul* disyaratkan memenuhi hal-hal sebagai berikut:

- (1) Jelas menunjukan *ijab* dan *qabul*, artinya masing-masing dari *ijab* dan *qabul* jelas menunjukkan maksud dan kehendak dari dua orang yang berakad.
- (2) Bersesuaian antara *ijab* dan *qabul*, kesesuaian itu dikembalikan kepada setiap yang diakadkan. Bila seseorang mengatakan jual maka jawabannya adalah beli atau sejenisnya. Bila terjadi perbedaan antara *ijab* dan *qabul* maka akad tidak sah. Bersambungnya antara *ijab* dan *qabul*. *Ijab* dan *qabul* terjadi pada suatu tempat yang sama jika kedua belah pihak hadir bersamaan. Atau pada suatu tempat yang diketahui oleh pihak yang tidak hadir bersamaan. Atau pada suatu tempat yang diketahui oleh pihak yang tidak hadir dengan adanya *ijab*.

(3) Keinginan untuk melakukan akad pada saat itu.¹⁸

d. Jenis-Jenis Akad

Para ahli fikih membahas legalitas akad dari dua aspek mendasar, yaitu:

- 1) Akad yang legal (sah)
 - a) Bentuk dasar akad yang legal, yaitu akad yang memenuhi unsur-unsur dasarnya (rukun dan syarat akad/ *shighat*, pelaku akad, objek akad dan tujuan akad).
 - b) Sifat akad yang legal, yaitu akad yang tidak mengandung sifat-sifat yang dilarang oleh syara'.
- 2) Akad yang tidak legal
 - a) Bentuk dasar akaad yang tidak legal, yaitu akad yang tidak memenuhi salah satu unsur-unsur dasarnya (rukun dan syarat akad/ *shighat*, pelaku akad, objek akad dan tujuan akad).
 - b) Sifat akad yang tidak legal, yaitu akad yang memiliki sifat-sifat yang dilarang syara' seperti beberapa sifat akad yang menyebabkan sah dan tidaknya akad.

Dari penjelasan di atas bisa disimpulkan, bahwa legalitas suatu akad itu adakalanya terkait pada rukun dan syarat akad, dan ada kalanya terikat pada sifat-sifat yang harus dipenuhi.¹⁹

¹⁸*Ibid.*, h. 38-43.

¹⁹Oni Sahroni, M. Hasanuddin, *Fikih Muamalah Dinamika Teori Akad dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada), h. 95-96.

Dalam kitab-kitab Fiqh terdapat banyak bentuk akad yang kemudian dapat dikelompokkan dalam variasi jenis-jenis akad, yakni sebagai berikut:

- a) *Aqad munjiz* yaitu akad yang dilaksanakan langsung pada waktu selesainya akad. Pernyataan akad yang diikuti dengan pelaksanaan akad ialah pernyataan yang tidak disertai dengan syarat-syarat dan tidak pula ditentukan waktu pelaksanaan setelah adanya akad.
- b) *Akad mu'alaq* ialah akad yang di dalam pelaksanaannya terdapat syarat-syarat yang telah ditentukan dalam akad, misalnya penentuan penyerahan barang-barang yang diakadkan setelah adanya pembayaran.
- c) *Aqad mudhaf* ialah akad yang dalam pelaksanaannya terdapat syarat-syarat mengenai penangguhan pelaksanaan akad, pernyataan yang pelaksanaannya ditangguhkan hingga waktu yang ditentukan. Perkataan ini sah dilakukan pada waktu akad, tetapi belum mempunyai akibat hukum sebelum tibanya waktu yang telah ditentukan.

Selain akad *munjiz*, *mu'alaq* dan *mudhaf*, macam-macam akad beraneka ragam tergantung dari sudut tinjauannya. Karena ada perbedaan-perbedaan tinjauan, akad-akad akan ditinjau dari segi-segi berikut:²⁰

²⁰ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawali Press, 2014), h. 47.

a) Ada dan tidaknya qismah pada akad, maka akad terbagi dua bagian:

(1) *Akad musammah*, yaitu akad yang telah ditetapkan syara' dan telah ada hukum-hukumnya, seperti jual beli, hibah, dan ijarah.

(2) *Akad ghair musammah*, ialah akad yang belum ditetapkan oleh syara' dan belum ditetapkan hukum-hukumnya.

b) Disyari'atkannya dan tidaknya akad, ditinjau dari segi akad terbagi dua bagian:

(1) Akad musyara'ah ialah akad-akad yang dibenarkan oleh syara' seperti gadai dan jual beli.

(2) Akad mamnu'ah ialah akad-akad yang dilarang syara' seperti menjual anak binatang dalam perut induknya.

c) Sah dan batalnya akad, ditinjau dari segi akad terbagi menjadi dua:

(1) Akad *shahih*, yaitu akad-akad yang mencukupi persyaratannya, baik syarat yang khusus maupun syarat yang umum.

a) Akad *fasih*, yaitu akad-akad yang cacat atau cedera karena kurang salah satu syarat-syaratnya, baik syarat umum maupun syarat khusus, seperti nikah tanpa wali.

d) Sifat bendanya, ditinjau dari sifat ini benda akad dibagi menjadi dua:

- (1) Akad *'ainiyah*, yaitu akad yang disyaratkan dengan penyerahan barang-barang seperti jual beli.
 - (2) Akad *ghair 'ainiyah*, akad yang tidak disertai dengan penyerahan barang-barang, karena tanpa penyerahan barang-barang pun akad sudah berhasil, seperti akad amanah.
- e) Cara melakukannya, dari segi ini akad dibagi menjadi dua bagian:
- (1) Akad yang harus dilaksanakan dengan upacara tertentu seperti akad pernikahan dihadiri oleh dua saksi, wali, dan petugas pencatat nikah.
 - (2) Akad *ridah 'iyah*, yaitu akad-akad yang dilakukan tanpa upacara tertentu dan terjadi karena keridhaan dua belah pihak, seperti pada umumnya.
- f) Berlaku dan tidaknya akad, dari segi ini akad dibagi menjadi dua bagian:
- (1) Akad *nafidzah* yaitu akad yang bebas atau terlepas dari penghalang-penghalang akad.
 - (2) Akad *mauquf* yaitu akad-akad yang bertalian dengan persetujuan-persetujuan, seperti akad fudhuli (akad yang berlaku setelah disetujui pemilik harta).
- g) Akad menurut tujuannya terbagi atas dua jenis:²¹

²¹ Mardani, *Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika), h. 77.

(1) Akad *tabarru'* yaitu akad yang dimaksudkan untuk menolong dan murni semata-mata karena mengharapkan ridha dan pahala dari Allah Swt, sama sekali tidak ada unsur mencari motif.

(2) Akad *tijari* yaitu akad yang dimaksudkan untuk mencari dan mendapatkan keuntungan di mana rukun dan syarat telah dipenuhi semuanya. Akad yang termasuk dalam kategori ini adalah: murabahah, salam, istishna, dan ijarah muntahiya bittamlik serta mudarabah dan musyarakah. Atau dalam redaksi lain akad *tijari* adalah segala macam perjanjian yang menyangkut *for profit transaction*. Akad ini dilakukan dengan tujuan untuk mencari keuntungan, karena itu bersifat komersial.

h) Akad menurut keabsahannya terbagi menjadi tiga jenis:

(1) Akad *shahih*, (valid contract), yaitu akad yang memenuhi semua rukun dan syaratnya. Akibat hukumnya adalah perpindahan barang misalnya dari penjual kepada pembeli dan perpindahan harga (uang) dari pembeli kepada penjual.

(2) Akad *faid* (voidable contract), yaitu akad yang semua rukunnya terpenuhi, namun ada syarat yang tidak terpenuhi. Belum terjadi perpindahan barang dari penjual kepada pembeli dan perpindahan harga (uang) dari pembeli kepada penjual. Sebelum adanya usaha untuk melengkapi

syarat tersebut. Dengan kata lain akibat hukumnya adalah mauquf (berhenti dan bertahan untuk sementara).

- (3) Akad bathal (void contract) yaitu akad di mana salah satu rukunnya tidak terpenuhi dan otomatis syaratnya juga tidak terpenuhi. Akad seperti ini tidak menimbulkan akibat hukum perpindahan harta (harga atau uang) dan benda kepada kedua belah pihak.

i) Akad menurut namanya, akad dibedakan menjadi:

- (1) Akad bernama (al-‘uqud al-musamma), yang dimaksud dengan akad bernama ialah akad yang sudah ditentukan namanya oleh pembuat hukum dan ditentukan pula ketentuan-ketentuan khusus yang berlaku terhadapnya dan tidak berlaku terhadap akad lain.

- (2) Akad tidak bernama (al-‘uqud gair al-musamma, yaitu akad yang tidak diatur secara khusus dalam kitab-kitab fiqh di bawah satu nama tertentu. Dalam kata lain, akad tidak bernama akad yang tidak ditentukan oleh pembuat hukum namanya yang khusus serta tidak ada pengaturan tersendiri mengenainya. Terhadapnya berlaku ketentuan-ketentuan umum akad. Akad jenis ini dibuat dan ditentukan oleh para pihak sendiri sesuai dengan kebutuhan mereka. Kebebasan untuk membuat akad tidak tertentu (tidak bernama) ini termasuk ke dalam apa yang disebut sebagai asas

kebebasan berakad. Akad tidak bernama ini timbul selaras dengan kepentingan para pihak dan merupakan akibat kebutuhan masyarakat yang terus berkembang. Contoh akad tidak bernama adalah perjanjian penerbitan, periklanan, dan sebagainya.

j) Akad menurut kedudukannya, dibedakan menjadi:²²

- (1) Akad pokok adalah akad yang berdiri sendiri yang keberadaannya tidak tergantung kepada suatu hal lain. Termasuk ke dalam jenis ini adalah semua akad yang keberadaannya karena dirinya sendiri, seperti akad jual beli, sewe menyewa, penitipan, pinjam pakai, dan seterusnya.
- (2) Akad asesoir adalah akad yang keberadaannya tidak berdiri sendiri, melainkan tergantung kepada suatu hak yang menjadi dasar ada tidaknya atau sah dan tidak sahnya akad tersebut. Termasuk ke dalam kategori ini adalah akad penanggungan (al-kafalah) dan akad gadai (ar-rahn). Kedua akad ini merupakan perjanjian untuk menjamin, karena itu keduanya tidak ada apabila hak-hak yang dijamin tidak ada. Terhadap akad jenis ini berlaku kaidah hukum Islam yang berbunyi, “suatu yang mengikut” (*at-tabi' tabi*). Artinya perjanjian asesoir ini yang mengikut kepada

²²*Ibid*, h. 81.

perjanjian pokok, hukumnya mengikuti perjanjian pokok tersebut.

- k) Akad dari segi unsur tempo di dalam akad, dapat dibagi menjadi akad bertempo (*al-'aqd az-zamani*) dan akad tidak bertempo (*al-'aqd al-fauri*).

(1) Akad bertempo adalah akad yang di dalamnya unsur waktu merupakan unsur asasi, dalam arti unsur waktu merupakan bagian dari unsur perjanjian. Termasuk dalam kategori ini, misalnya adalah akad sewa-menyewa, akad penitipan, akad pinjaman pakai, akad pemberian kuasa, akad berlanggan majalah atau surat kabar, dan lain-lain. Dalam akad sewa-menyewa misalnya termasuk bagian dari isi perjanjian adalah lamanya masa sewa yang ikut menentukan besar kecilnya nilai akad. Tidaklah mungkin suatu akad-sewa menyewa terjadi tanpa adanya unsur lamanya waktu dalam mana persewaan berlangsung.

(2) Akad tidak bertempo adalah akad di mana unsur waktu tidak merupakan bagian dari isi perjanjian. Akad jual beli, misalnya dapat terjadi seketika tanpa perlu unsur tempo sebagai bagian dari akad tersebut. Bahkan apabila jual beli dilakukan dengan utang, sesungguhnya unsur waktu tidak merupakan unsur esensial, dan bila telah tiba waktu

pelaksanaan, maka pelaksanaan tersebut bersifat seketika dan pada saat itu hapuslah akad kedua belah pihak.

l) Dilihat dari segi dilarang atau tidaknya dilarangnya oleh syara', akad dibedakan menjadi:

(1) Akad masyru' adalah akad yang dibenarkan oleh syara' untuk dibuat dan tidak ada larangan untuk menutupnya, seperti akad-akad yang sudah dikenal luas semisal jual beli, sewa-menyewa, mudarabah, dan sebagainya.

(2) Akad terlarang adalah akad yang dilarang oleh syara' untuk dibuat seperti akad jual beli Janis, akad donasi harta anak di bawah umur, akad yang bertentangan dengan akhlak Islam (kesusilaan) dan ketertiban umum seperti sewa-menyewa untuk melakukan kejahatan. Termasuk juga akad yang dilarang dalam beberapa mazhab adalah akad jual beli kembali asal (*ba'i al-inah*).

m) Akad menurut tanggungan, kepercayaan bersifat ganda dibagi menjadi dua yaitu:

(1) *'aqd adh-dhaman* adalah akad yang mengalihkan tanggungan risiko atas kerusakan barang kepada pihak penerima pengalihan sebagai konsekuensi dari pelaksanaan akad tersebut sehingga kerusakan barang yang telah diterimanya melalui akad tersebut berada dalam tanggungannya sekalipun sebagai akibat keadaan memaksa.

(2) *'aqd al-'amanah* adalah akad di mana barang yang dialihkan melalui barang tersebut erupakan amanah di tangan penerima barang tersebut, sehingga ia tidak berkewajiban menanggung risiko atas barang tersebut, kecuali jika ada unsur kesengajaan dan melawan hukum. Termasuk akad jenis ini adalah akad penitipan, akad pinjaman, perwakilan (pemberi kuasa).

e. Asas-Asas Akad

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, asas berasal dari bahasa Arab *asasun* yang berarti dasar, basis, fondasi, bangunan, asal, pangkal dan prinsip-prinsip.²³ Ada delapan asas berakad dalam Islam, yaitu sebagai berikut:

1) Asas *ilahiah*

Kegiatan muamalah, tidak akan pernah lepas dari nilai-nilai ketuhana (ketauhidan). Dengan demikian, manusia memiliki tanggung jawab akan hal ini. Tanggung jawab kepada masyarakat, tanggung jawab kepada pihak kedua, tanggung jawab kepada diri sendiri, dan tanggung jawab kepada Allah Swt. Akibatnya manusia tidak akan berbuat sekehendak hatinya, karena segala perbuatannya akan mendapatkan balasan dari Allah Swt. Asas *ilahiah* merupakan asas utama yang mendasari setiap perbuatan manusia, termasuk

²³Depertemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h. 70.

perbuatan muamalat.²⁴ asas ilahiah (ketuhanan) bertitik tolak dari Allah, dan menggunakan sarana yang tidak lepas dari syariat Allah serta bertujuan akhir untuk Allah.²⁵ Asas ibadah adalah asas umum hukum Islam dalam bidang muamalat secara umum. Asas ini dirumuskan dalam adagium “pada asasnya segala sesuatu itu boleh dilakukan sampai ada alil yang melarangnya”. Asas ini merupakan kebalikan dari asas yang berlaku dalam masalah ibadah. Dalam hukum Islam, untuk tindakan-tindakan ibadah berlaku asas bahwa bentuk-bentuk ibadah yang sah adalah bentuk-bentuk yang disebutkan dalam dalil-dalil Syariah.

2) Asas Kebebasan Berakad

Asas ini merupakan prinsip dasar dalam bermuamalah. Pihak-pihak yang melakukan akad mempunyai kebebasan untuk membuat perjanjian (*freedom of making contract*) atau bisa juga diartikan sebagai suatu prinsip hukum yang menyatakan bahwa setiap orang dapat membuat akad jenis apapun tanpa terikat kepada nama-nama yang telah ditentukan dalam undang-undang syariah dan memasukkan kausul apa saja kedalam akad yang dibuat yaitu sesuai dengan kepentingan sejauh tidak berakibat makan harta sesama dengan jalan bathil.²⁶

²⁴ Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2005), h. 30.

²⁵ Hasan Ali, *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2004), h. 125.

²⁶ Ahmad Izzan, *Refrensi Ekonomi Syariah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), h. 40.

3) Asas konsensualisme

Asas konsensualisme menyatakan bahwa untuk terciptanya suatu perjanjian cukup dengan tercapainya kata sepakat antara para pihak tanpa perlu dipenuhinya formalitas-formalitas tertentu. Dalam hukum Islam pada umumnya perjanjian-perjanjian itu bersifat konsensual.

4) Asas Janji itu mengikat

Dalam al-qur'an dan hadist terdapat banyak perintah agar memnuhi janji. Dalam kaidah *ushul fiqh* "perintah pada asanya menunjukkan wajib."

5) Asas Keseimbangan

Hukum perjanjian Islam tetap menekankan perlunya keseimbangan dalam bertransaksi, baik keseimbangan antara apa yang diberikan dan apa yang diterima maupun keseimbangan dalam memikul resiko.

6) Asas kemaslahatan (tidak memberatkan)

Dengan asas kemaslahatan dimaksudkan bahwa akad yang dibuat oleh para pihak bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan bagi mereka yang tidak boleh menimbulkan kerugian atau keadaan memberatkan.

7) Asas Kerelaan

Asas ini dinyatakan bahwa segala transaksi yang dilakukan harus atas dasar suka sama suka atau kerelaan antara masing-

masing pihak, tidak boleh ada tekanan, paksaan dan penipuan. Jika hal ini tidak terpenuhi, maka transaksi tersebut dilakukan dengan cara yang batil (*al-aqda bi bathil*).

8) Asas keadilan

Keadilan adalah tujuan yang hendak diwujudkan oleh semua hukum.

9) Asas Amanah

Dengan asas amanah dimaksudkan bahwa masing-masing pihak haruslah beritikad baik dalam bertransaksi dengan pihak lainnya dan tidak dibenarkan salah satu pihak mengeksploitas ketidaktahuan mitranya.

f. Berakhirnya Akad

Akad dapat berakhir dengan sebab *fasakh* (pemutusan) atau kematian. Berikut ini akan diuraikan satu persatu hal-hal menyebabkan akad berakhir:

1) Berakhirnya akad dengan sebab *fasakh*. Akad *fasakh* karena beberapa kondisi:

- a) Berakhirnya akad dengan sebab *fasakh* (rusak). Apabila terjadinya akad *fasid* seperti jual beli *majhul* (objek jual beli tidak jelas), atau jual beli untuk waktu tertentu, maka jual beli itu wajib di-*fasakh*-kan oleh kedua belah pihak atau hakim, kecuali bila terapat penghalang untuk men-*fasakh*-kan akad melainkan atas kerelaan atau berdasarkan keputusan hakim.

- b) *Fasakh* dengan sebab *khiyar* (pilihan). Terhadap orang yang punya hak *khiyar* boleh men-*fasakh*-kan akad. Tetapi pada *khiyar aibi* (aib) kalau sudah serah terima menurut Hanafiyah tidak boleh men-*fasakh*-kan akad melainkan atas kerelaan atau berdasarkan keputusan hakim.
- c) *Fasakh* dengan *iqalah* (menarik kembali). Apabila salah satu pihak yang berakad merasa menyesal di kemudian hari maka dia boleh menarik kembali akad yang telah terlaksana berdasarkan kerelaan pihak lain.
- d) *Fasakh* karena tidak ada *tanfiz* (penyerah barang/harga). Misalnya pada akad jual beli barang rusak sebelum serah terima maka akad ini menjadi *fasakh*.
- e) *Fasakh* karena jatuh tempo (habis waktu akad) atau terwujudnya tujuan akad. Akad *fasakh* dan berakhir dengan sendirinya karena habisnya waktu akad atau telah terwujudnya tujuan akad. Seperti ijarah berakhir dengan habisnya waktu ijarah.

2) Berakhirnya akad karena kematian

Akad yang berakhir karena kematian salah satu pihak yang berakad diantaranya adalah ijarah. Menurut Hanafiyah ijarah berakhir dengan sebab meninggalnya salah satu orang yang berakad karena akad ini adalah akad *lazim* (mengikat kedua belah pihak). Sedangkan menurut para ulama selain Hanafiyah akad ijarah tidak

berakhir dengan meninggalnya salah satu dari kedua orang yang berakad. Begitu juga dengan akad *rahn*, *kafalah*, *syirkah*, *wakalah*, *muzara'ah* dan *musaqah*. Akad ini berakhir dengan meninggalnya salah seorang dari dua orang yang berakad.²⁷

2. Teori Promosi

a. Promosi dalam Hukum Positif

1) Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir, pada kegiatan ini perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya. Tanpa adanya promosi, pelanggan tidak akan dapat mengenali produk barang atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala bentuk produk yang dimilikinya kepada pelanggan dan berusaha untuk menarik konsumen baru.

2) Hukum Promosi dalam Hukum Positif

Hukum promosi dalam hukum positif sudah dijelaskan secara rinci dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen. Dalam kaitannya dengan promosi

²⁷Darsono, Ali sakti, Siti Astiyah, Androecia Darwis, Enny Tin Suryanti, *Dinamika Produk dan Akad Keuangan Syariah di Indonesia* (Depok: Rajawali Pers, 2017), h.54-55.

Undang-Undang tersebut juga sangat rinci membahas mengenai perlindungan konsumen.

Menurut ayat (2) Pasal 1 Undang-undang Perlindungan Konsumen dan ayat (2) Pasal 1 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 35/MPP/Kep/12/2001 adalah: “Setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk lain dan tidak untuk diperdagangkan.” Pengertian konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak hanya memaknai konsumen sebagai pemakai barang untuk kepentingan pribadi melainkan untuk individu lainnya atau makhluk hidup lainnya dalam pemanfaatan barang atau jasa yang mengalami kerugian atau korban akibat penggunaan barang atau jasa.²⁸

Tujuan adanya perlindungan konsumen adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen dan mendorong pelaku usaha untuk menyelenggarakan kegiatan usahanya dengan penuh tanggung jawab. Perlindungan konsumen banyak ditemukan dalam bidang hukum privat yaitu dalam BW dalam buku III mengenai perikatan, seperti ketentuan wanprestasi, atau perikatan

²⁸ Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Jakarta: Garfindo Persada, 2011), h. 71

yang lahir karena Undang-Undang terutama perbuatan melanggar hukum.²⁹

Sesuai dengan Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang tersebut memiliki tujuan:³⁰

- a) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b) Mengangkat derajat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkan pemakaian barang atau jasa yang negatif.
- c) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan barang atau jasa dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d) Menciptakan sistem perlindungan yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi.
- e) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan ini sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.

Pencapaian dari adanya perlindungan konsumen yakni adanya kepatuhan antara konsumen dan pelaku usaha dalam menjalankan transaksi sesuai dengan prinsip-prinsip hukum yang telah ada serta meningkatkan barang atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produktif barang dan jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

²⁹ *Ibid.*, h. 72.

³⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 3.

a) Asas Manfaat

Segala upaya yang dilakukan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Dengan kata lain, tidak boleh hanya salah satu pihak saja yang memperoleh manfaat, sedangkan pihak lain mendapatkan kerugian.

b) Asas Keadilan

Dalam hal ini, tidak selamanya sengketa konsumen diakibatkan oleh kesalahan pelaku usaha saja, tetapi bisa juga diakibatkan oleh kesalahan konsumen yang terkadang tidak tahu akan kewajibannya. Konsumen dan produsen/pelaku usaha dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan kewajiban secara seimbang. Keadilan dapat diartikan pula tidak membedakan kaya dan miskin, laki-laki atau perempuan, merata dalam memberikan pelayanan yang baik.

c) Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan ini dimaksud untuk memberikan keseimbangan antara hak dan kewajiban para pelaku usaha dan konsumen. Menghendaki konsumen, produsen/pelaku usaha dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang

dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen.³¹

d) Asas Keamanan dan Keselamatan

Asas ini bertujuan untuk memberikan adanya jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi atau dipakainya, dan sebaliknya bahwa produk itu tidak akan mengancam ketentraman dan keselamatan jiwa dan harta bendanya. Selain itu, dilengkapi dengan sarana prasarana yang digunakan secara optimal serta menciptakan kenyamanan.

e) Asas Kepastian Hukum

Asas ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum agar pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan menjalankan apa yang menjadi hak dan kewajibannya. Tanpa harus membebankan tanggung jawab kepada salah satu pihak, serta Negara menjamin kepastian hukum.

Ketentuan tentang hukum promosi tercantum dalam Pasal 9 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang berbunyi:

- a) Pelaku usaha dilarang mempromosikan, mengiklankan suatu barang atau jasa secara tidak bender dan seolah-olah:

³¹ Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen di Indonesia....*, h. 28.

- b) Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, sejarah guna tersebut tertentu.
- c) Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru.
- d) Barang dan/jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau tertentu.
- e) Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan dan afiliasi.
- f) Barang dan/jasa tersebut tersedia.
- g) Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi.
- h) Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu.
- i) Barang tersebut berasal dari daerah tertentu.
- j) Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain.
- k) Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko, atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap.
- l) Menawarkan suatu yang mengandung janji yang belum pasti.
- m) Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.

- n) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan suatu barang dan/atau jasa tersebut.

Dalam Pasal 9 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjelaskan perilaku yang dilarang pelaku usaha dalam menawarkan atau mempromosikan suatu produk yang dapat merugikan pihak konsumen.

Pengaturan promosi juga diatur dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam Pasal 28 ayat (10) dan (2) berbunyi:³²

- a) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.
- b) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyesatkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antar golongan.

Pengaturan terkait promosi juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dalam Pasal 12 ayat (1) dan (2) yang berbunyi:

- a) Setiap Orang dilarang melakukan Penggunaan Secara Komersial, Penggandaan, Pengumuman, Pendistribusian,

³² Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 28 Ayat (1) dan (2).

dan/atau Komunikasi atas Potret yang dibuatnya guna kepentingan reklame atau periklanan secara komersial tanpa persetujuan tertulis dari orang yang dipotret atau ahli warisnya.

- b) Penggunaan Secara Komersial, Penggandaan, Pengumuman, Pendistribusian, dan/atau Komunikasi Potret sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang memuat Potret 2 (dua) orang atau lebih, wajib meminta persetujuan dari orang yang ada dalam Potret atau ahli warisnya.³³

3) Rukun dan Syarat Promosi

Adapun syarat-syarat promosi yang harus dipenuhi adalah sebagai berikut:³⁴

- a) Promosi dibuat semenarik mungkin dengan menggunakan bahasa yang tepat, logis, dan sopan;
- b) Pemilihan kata dalam promosi harus memiliki sugesti bagi khalayak umum;
- c) Promosi harus membuat informasi penting;
- d) Promosi harus menunjuk sasaran;
- e) Promosi yang baik harus bersifat objektif dan jujur;
- f) Promosi tidak boleh menyinggung pihak-pihak lain;
- g) Promosi tidak boleh merugikan pihak-pihak lain.

³³ Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Pasal 12 Ayat (1) dan (2).

³⁴ <https://www.zenius.net/prologmateri/bahasa-indonesia/a/1165/iklan>, (Diakses pada Tanggal 11 Januari 2020 Pukul 19.00 WIB).

4) Tujuan dan Manfaat Promosi

Adapun tujuan promosi adalah untuk menyebarluaskan informasi barang atau jasa perusahaan kepada pasar, untuk mendapatkan konsumen baru dan menjaga kesetiaan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa perusahaan, untuk meningkatkan penjualan sehingga pendapatan perusahaan akan meningkat, untuk membedakan dan mengunggulkan produk perusahaan dibandingkan dengan produk pesaing, untuk mengubah tingkah laku dan pendapat konsumen.

5) Cara Promosi

Usaha-usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam melakukan promosi tentunya bermacam-macam, mulai dari cara yang biasa-biasa saja sampai cara yang cukup luar biasa. Mulai dari ala kadarnya sampai yang didesain sedemikian rupa, apalagi di zaman yang sudah canggih ini tentunya sarana dan pra-sarana yang ada untuk melakukan promosi produk tentunya semakin mudah. Sehingga sebagai seorang muslim, usaha-usaha tersebut memerlukan batasan dan patokan agar tidak bertentangan dengan tujuan syari'at Islam secara umum, yaitu untuk mewujudkan kemaslahatan dan menghilangkan kerusakan bagi ummat manusia. Adapun etika yang harus diperhatikan dalam berpromosi yaitu:

- b) Jangan mudah mengobral sumpah
- c) Berkata jujur

- d) Menjaga agar selalu memenuhi akad dan janji serta kesepakatan-kesepakatan di antara kedua belah pihak
- e) Menghindari berpromosi palsu yang hanya ditujukan untuk menarik perhatian pembeli
- f) Rela dengan laba yang sedikit

Promosi menggunakan testimoni bukan hal baru bagi pengusaha *online shop*. *Online shope* sudah menjangkau seluruh wilayah Indonesia, tidak terkecuali kota Bandar Lampung.

b. Promosi dalam Hukum Islam

1) Pengertian Promosi

Istilah promosi dalam hukum Islam dikenal dengan sebutan *al-hawafiz al-muraghghibah fi al-shira*. Secara bahasa *al-hawafiz al-muraghghibah fi al-shira* diartikan sebagai segala sesuatu yang mendorong atau menarik minat (membujuk) orang lain untuk membeli.³⁵

Dalam pengertian secara terminologis, Khalid bin Abd Allah mengemukakan bahwa untuk memberi batasan pengertian *al-hawafz almuraghghibah fal-shira*, tentu harus merujuk pada buku-buku pemasaran (*marketing*) yang mengulas tentang permasalahan ini dan menjadikannya sebagai pokok bahasan. Menurut Khalid, dengan merujuk dari buku-buku tersebut diketahui bahwa istilah yang digunakan untuk menunjukkan pengertian sesuatu yang

³⁵ Khalid bin Abd Allah al-Muslih, *al-Hawafz al-Tijariyah*, (t.t.p: t.p., t.t.), h. 9.

mendorong dan membujuk orang lain untuk membeli disebut dengan istilah *promotion* (promosi). Promosi ini mempunyai dua makna: makna umum dan makna khusus. Makna umum promosi adalah segala perbuatan yang dilakukan oleh *shirkah* (perusahaan atau produsen) untuk menambah hasil penjualan. Sedangkan arti promosi secara khusus adalah hubungan komunikatif penjual atau produsen kepada para pembeli dengan maksud untuk memberi tahu mereka, membujuk dan mendorong mereka untuk membeli. Dari pengertian ini Khalid bin Abd Allah menyimpulkan bahwa istilah promosi secara umum mempunyai kedekatan makna dengan *al-hawafz al-muraghghibah fal shira'*. Berbeda dengan pengertian promosi secara khusus yang menurut Khalid, biasanya hanya mencakup segala tindakan sebelum terjadinya transaksi jual beli sedangkan setelah terjadinya transaksi jual beli seperti perjanjian *daman* atau garansi serta layanan-layanan yang lain tidak termasuk dalam pengertian promosi.³⁶

2) Hukum Promosi dalam Hukum Islam

Hukum Promosi Penjualan dalam Islam sebagaimana diketahui sebelumnya bahwa prinsip dalam muamalah adalah boleh selama tidak ada dalil yang melarangnya. Atas dasar itu maka hukum promosi penjualan pada asalnya adalah boleh, selama

³⁶ *Ibid.*, h. 10

dilakukan menurut cara yang dibenarkan oleh syariat, tidak menimbulkan bahaya dan gharar.

3. Hukum Perjanjian

a. Pengertian Perjanjian

Perjanjian atau *Verbinten* mengandung pengertian yaitu suatu hubungan hukum kekayaan/harta benda antara dua orang atau lebih, yang memberi kekuatan hak pada satu pihak untuk memperoleh prestasi dan sekaligus mewajibkan pada pihak lain untuk menunaikan prestasi.³⁷

Pengertian perjanjian dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata terdapat pada Pasal 1313 dimana suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Perjanjian merupakan suatu perbuatan hukum yang dapat menimbulkan akibat hukum. Perjanjian juga bisa dibilang sebagai perbuatan untuk memperoleh seperangkat hak dan kewajiban.³⁸

Perjanjian juga dapat suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal.³⁹ Perjanjian merupakan suatu persetujuan dengan mana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk

³⁷ M. Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, (Bandung : Penerbit Alumni, 1986), h. 6.

³⁸ Agus Yudha Hernako, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, (Jakarta, Kencana, 2014), h. 261

³⁹ R. Soebekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta : Intermasa, 1979), h. 1

melaksanakan suatu hal dalam lapangan harta kekayaan.⁴⁰

b. Asas-Asas Perjanjian

Hukum perjanjian mengenal beberapa asas penting yang merupakan dasar kehendak pihak-pihak untuk mencapai tujuan. Beberapa asas tersebut adalah sebagaimana diuraikan berikut:

1) Asas kebebasan berkontrak

Asas kebebasan berkontrak atau yang sering disebut juga sistem terbuka adalah bahwa setiap orang boleh mengadakan perjanjian apa saja, walaupun belum atau tidak diatur dalam undang-undang. Meskipun berlaku asas ini, kebebasan berkontrak tersebut dibatasi oleh tiga hal, yaitu tidak dilarang oleh undang-undang, tidak bertentangan dengan kesusilaan, dan tidak bertentangan dengan ketertiban umum.⁴¹

Setiap perjanjian yang dibuat dengan sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pembuatnya. Rumusan ini dapat ditemukan dalam Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP), yang dipertegas kembali dengan ketentuan ayat (2) yang menyatakan bahwa perjanjian yang telah disepakati tersebut tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang ditentukan oleh undang-undang.

Asas kebebasan berkontrak ini dibatasi oleh hukum yang

⁴⁰Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 1990), h.78.

⁴¹*Ibid.*, 87.

sifatnya memaksa seperti mengenai syarat sahnya perjanjian yang diatur dalam pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer), sehingga para pihak yang membuat perjanjian harus mentaati syarat-syarat tersebut.

2) Asas Konsensualitas

Asas konsensualitas mengandung arti bahwa perjanjian itu terjadi sejak saat tercapainya kata sepakat (konsensus) antara pihak-pihak mengenai pokok perjanjian. Sejak saat itu perjanjian mengikat dan mempunyai akibat hukum. Suatu kesepakatan lisan diantara para pihak telah mengikat para pihak yang telah bersepakat secara lisan tersebut, dan oleh karena ketentuan ini mengenai kesepakatan lisan diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata, maka rumusan tersebut dianggap sebagai dasar asas konsensualitas dalam hukum perjanjian.

3) Asas Kekuatan Mengikat

Setiap perjanjian yang dibuat adalah mengikat para pihak yang membuat dan berlaku seperti undang-undang bagi para pihak. Asas ini berarti bahwa perjanjian hanya berlaku bagi para pihak yang membuatnya. Hal ini terdapat dalam Pasal 1338 Ayat (1) KUH Perdata yang menyatakan —Semua perjanjian dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuat.

4) Asas Personalia

Pada prinsipnya asas personalitas menentukan bahwa suatu

perjanjian berlaku bagi para pihak yang membuatnya saja. Ketentuan mengenai asas ini tercantum dalam Pasal 1315 dan Pasal 1340 KUH Perdata. Pasal 1315 KUH Perdata berbunyi :
 “Pada umumnya seseorang yang tidak mengadakan perikatan atau perjanjian selain untuk dirinya sendiri”.⁴²

c. Syarat Sah Perjanjian

Berdasarkan pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata terdapat empat syarat sahnya perjanjian:

1) Kesepakatan

Kesepakatan diperlukan dalam mengadakan perjanjian, ini berarti bahwa kedua belah pihak haruslah mempunyai kebebasan kehendak, artinya masingmasing pihak tidak mendapat suatu tekanan yang mengakibatkan adanya cacat dalam melakukan kehendaknya.⁴³ Dalam hukum perjanjian ada tiga sebab yang membuat kesepakatan tidaksah, yaitu:⁴⁴

- a) Paksaan yaitu paksaan rohani atau paksaan jiwa (*psychis*), jadi bukan paksaan badan (fisik). Misalnya, salah satu pihak, karena diancam atau ditakut-takuti terpaksa menyetujui suatu perjanjian.
- b) Kekhilafan atau Kekeliruan yaitu terjadi apabila salah satu pihak khilaf tentang hal-hal yang pokok dari apa yang

⁴²Agus Yudha Hernako, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, (Jakarta, Kencana, 2014), h. 266.

⁴³ I Ketut Oka Setiawan, 2016, *Hukum Perikatan*, (Sinar Grafika, Jakarta), h.61

⁴⁴ R. Soebekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta : Intermasa, 1979), h.23-24.

diperjanjikan atau tentang sifat-sifat yang penting dari barang yang menjadi objek perjanjian, ataupun mengenai orang dengan siapa diadakan perjanjian itu. Kekhilafan tersebut harus sedemikian rupa, hingga seandainya orang itu tidak khilaf mengenai hal-hal tersebut, ia tidak akan memberikan persetujuannya.

- c) Penipuan yaitu terjadi apabila salah satu pihak dengan sengaja memberikan keterangan-keterangan palsu atau tidak benar disertai dengan tipu muslihat untuk membujuk pihak lawannya memberikan persetujuannya.

2) Kecakapan

Seorang oleh hukum dianggap tidak cakap untuk melakukan kontrak jika orang tersebut belum berumur 21 tahun, kecuali ia telah kawin sebelum cukup 21 tahun. Sebaliknya setiap orang yang berumur 21 tahun ke atas, oleh hukum dianggap cakap, kecuali karena suatu hal dia ditaruhdi bawah pengampuan seperti gelap mata, dungu, sakit ingatan, atau pemboros.⁴⁵

3) Suatu Hal yang Tertentu

Syarat ketiga ditentukan bahwa suatu perjanjian harus mengenai suatu hal tertentu, artinya apa yang diperjanjikan hak-hak dan kewajiban kedua belah pihak jika timbul suatu perselisihan. Hal tertentu ini dalam kontrak disebut prestasi yang

⁴⁵Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak & Perancangan Kontrak*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), h. 29.

dapat berwujud barang, keahlian atau tenaga, dan tidak berbuat sesuatu.⁴⁶

4) Sebab yang Halal

Syarat keempat untuk suatu perjanjian yang sah adanya suatu sebab yang halal. Dengan sebab (bahasa Belanda *oorzaak*, Bahasa Latin *causa*) ini dimaksudkan tiada lain dari pada isi perjanjian. Dorongan jiwa untuk membuat suatu perjanjian pada dasarnya tidak diperdulikan oleh undang-undang.⁴⁷

d. Unsur-Unsur Perjanjian

Dalam perkembangan doktrin ilmu hukum, dalam suatu kontrak dikenal adanya tiga unsur dalam perjanjian, yaitu:⁴⁸

1) Unsur Esensialia

Unsur esensialia merupakan unsur yang harus ada dalam suatu kontrak karena tanpa adanya kesepakatan tentang unsur esensialia ini maka tidak ada kontrak. Sebagai contoh, dalam kontrak jual beli harus ada kesepakatan mengenai barang dan harga karena tanpa kesepakatan mengenai barang dan harga dalam kontrak jual beli, kontrak tersebut batal demi hukum karena tidak ada hal tertentu yang diperjanjikan.

2) Unsur Naturalia

Unsur naturalia merupakan unsur yang telah diatur dalam undang-undang sehingga apabila tidak diatur oleh para pihak

⁴⁶ *Ibid.*, h. 30.

⁴⁷ R. Soebekti, *Hukum Perjanjian*...., h. 19.

⁴⁸ Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak & Perancangan Kontrak*...., h. 30.

dalam kontrak, undang-undang yang mengaturnya. Dengan demikian, unsur *naturalia* ini merupakan unsur yang selalu dianggap ada dalam kontrak. Sebagai contoh, jika dalam kontrak tidak diperjanjikan tentang cacat tersembunyi, secara otomatis berlaku ketentuan dalam KUHPdata bahwa penjual yang harus menanggung cacat tersembunyi.

3) Unsur *Aksidental*

Unsur *aksidental* merupakan unsur yang nanti ada atau mengikat para pihak jika para pihak memperjanjikannya. Sebagai contoh, dalam kontrak jual beli dengan angsuran diperjanjikan bahwa apabila pihak debitur lalai membayar utangnya, dikenakan denda dua persen perbulan keterlambatan, dan apabila debitur lalai membayar selama tiga bulan berturut-turut, barang yang sudah dibeli dapat ditarik kembali oleh kreditor tanpa melalui pengadilan. Demikian pula klausul-klausul lainnya yang sering ditentukan dalam suatu kontrak, yang bukan merupakan *unsuresensial* dalam kontrak tersebut.

e. Jenis-Jenis Perjanjian

Beberapa jenis perjanjian akan diuraikan berdasarkan kriteria masing masing, yaitu:⁴⁹

1) Perjanjian timbal balik dan sepihak

Perjanjian timbal balik adalah perjanjian yang mewajibkan

⁴⁹ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perikatan*...., h. 9.

pihak yang satu berprestasi secara timbal balik, seperti halnya perjanjian jual-beli, sewa-menyewa, dan tukar-menukar. Perjanjian sepihak adalah perjanjian yang mewajibkan pihak yang satu berprestasi dan memberi hak kepada pihak lain untuk menerima prestasi. Contohnya yaitu hibah (Pasal 1666 KUH Perdata) dan perjanjian pemberi kuasa (Pasal 1792 KUH Perdata).

2) Perjanjian bernama dan tidak bernama

Perjanjian bernama adalah perjanjian yang sudah memiliki nama sendiri, yang dikelompokkan sebagai perjanjian-perjanjian khusus dan jumlahnya terbatas, misalnya perjanjian jual-beli, tukar-menukar, sewa-menyewa, pertanggungan, pengangkutan. Sedangkan perjanjian tidak bernama adalah perjanjian yang tidak mempunyai nama dan tidak diatur dalam KUH Perdata serta jumlahnya tidak terbatas. Jenis perjanjian ini banyak ditemukan dalam masyarakat.

3) Perjanjian obligatoir dan kebendaan

Perjanjian obligatoir adalah perjanjian yang menimbulkan hak dan kewajiban pada masing-masing pihak dan belum memindahkan hak milik. Sedangkan perjanjian kebendaan adalah perjanjian untuk memindahkan hak milik dalam jual-beli, sewa-menyewa, dan tukar menukar.

4) Perjanjian konsensual dan riil

Perjanjian konsensual adalah perjanjian yang timbul baru

dalam taraf hak dan kewajiban saja bagi kedua belah pihak dimana tujuan perjanjian tersebut baru tercapai apabila ada tindakan realisasi hak dan kewajiban tersebut. Perjanjian riil adalah perjanjian yang terjadi sekaligus dengan realisasi tujuan perjanjian, yaitu pemindahan hak.

4. GHASAB

a. Pengertian Ghasab

Ghasab adalah mengambil sesuatu secara *ẓalim*. *Ghasab* secara etimologi adalah mengambil sesuatu secara paksa dan terang-terangan. Sedangkan secara terminologi syara' *ghasab* ialah menggunakan hak orang lain dengan jalan aniaya atau menguasai hak orang lain tanpa seizin pemiliknya.⁵⁰ Masalah menguasai itu dikembalikan kepada pendapat kebanyakan orang. Yang termasuk hak orang lain adalah sesuatu yang sah meng*ghasab*nya. *Ghasab* tidak terbatas pada perkara yang berupa harta benda, tetapi juga hal-hal yang berupa kemanfaatan.⁵¹

Berikut ini beberapa definisi *ghasab* yang dikemukakan oleh para ulama fiqh antara lain sebagai berikut:⁵²

Mazhab Hanafi mengemukakan bahwa *ghasab* merupakan sebagai harta yang bernilai menurut syara' dan dikuasai tanpa seizin pemiliknya, sehingga harta itu berpindah tangan.

⁵⁰Abdul Aziz Dahlan, et al. *Ensiklopedia Hukum Islam*, (Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeven, 1997), h. 153.

⁵¹A. Mas'adi Gufron, *Fiqh Muamalah Kontekstual* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h. 93.

⁵²Abdul Rahman Ghazali, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Penada Media Group, 2010), h. 73.

Menurut Mazhab Maliki, *ghaṣab* adalah mengambil harta orang lain secara paksa dan sewenang-wenang (bukan dalam arti merampok). Definisi ini juga membedakan antara mengambil barang dan mengambil manfaat. Menurut mereka, perbuatan sewenang-wenang terhadap harta itu ada empat bentuk, yaitu: (a) mengambil materi benda tanpa izin, mereka menyebutnya sebagai *gaṣab* (b) mengambil manfaat suatu benda, bukan materinya, juga disebut *gaṣab* (c) memanfaatkan sesuatu sehingga merusak atau menghilangkan benda itu, seperti menebang pohon yang bukan miliknya, tidak termasuk *gaṣab*, tetapi disebut *ta'addī* (d) melakukan suatu perbuatan yang menyebabkan rusak atau hilangnya milik orang lain seperti melepaskan tali pengikat seekor kerbau sehingga kerbau itu lagi, tidak termasuk *gaṣab*, tetapi disebut *ta'addi*. Menurut Ulama Mazhab Maliki keempat bentuk perbuatan diatas dikenakan ganti rugi, baik dilakukan secara sengaja maupun tersalah.⁵³

Menurut Ulama 'Syafi'i dan mazhab Hambali mendefinisikan *gaṣab* sebagai penguasaan terhadap harta orang lain secara sewenang-wenang atau secara paksa tanpa hak. Definisi ini lebih bersifat umum dibandingkan kedua definisi sebelumnya. Menurut mereka, *gaṣab* itu tidak hanya mengambil materi harta tetapi juga mengambil manfaat suatu benda.

Muhammad Syatha al-Dimyati berpendapat bahwa *gaṣab* ialah

⁵³Zainul Arifin, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1991), h. 197.

penguasaan terhadap hak orang lain walau hanya untuk mengambil manfaat. Sebagaimana dikutip oleh Wahbah Zuhaili dalam bukunya, al-Kasani mengatakan bahwa tindak kriminal atau pidana (*al-Jināyah*) pada dasarnya ada dua macam. *Pertama*, tindak kriminal terhadap binatang dan benda mati. *Kedua*, tindak kriminal terhadap manusia. Sedangkan tindak kriminal terhadap binatang dan benda mati ada dua macam. Pertama, *gaṣab* (penyerobotan), dan kedua adalah pengrusakan (*al-Itlāf*).⁵⁴

Kedua macam tindakan ini semakna, yaitu meletakkan “tangan” (menguasai) atas harta atau hak orang lain dalam bentuk yang melanggar adalah salah satu sebab munculnya kewajiban membayar denda atau ganti rugi materi atas tindak kejahatan terhadap harta atau hak orang lain.⁵⁵

Adapun suatu perbuatan dapat dikategorikan sebagai perbuatan *ghasab*:

- a. Pelaku *gaṣab* / perampasan
- b. Korban perampasan
- c. Harta rampasan
- d. Perbuatan perampasan.

b. Dasar Hukum Ghasab

Hukum *gaṣab* adalah haram atau dilarang dalam Islam dan

⁵⁴ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Amzah, 2010), h. 119.

⁵⁵ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah* (Jakarta: Prena Media Group, 2014), h. 69.

orang yang melakukannya telah melakukan perbuatan dosa.⁵⁶

Pengharaman tindakan *gaṣab* ditetapkan dalam al-Qur'an, hadist dan ijma'. Di antara ayat-ayat al-Quran yang menunjukkan diharamkannya perbuatan *gaṣab* sebagaimana Firman Allah Swt:

Dalam Al-Qur'an surah An-Nisaa : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحِلُّ لَكُمْ أَنْ تَرِثُوا النِّسَاءَ كَرْهًا ۖ وَلَا تَعْضُلُوهُنَّ لِتَذْهَبُوا بِبَعْضِ مَآءَاتِيْتُمُوهُنَّ إِلَّا أَنْ يَأْتِيَنَّ بِفَحِشَةٍ مُبَيِّنَةٍ ۚ وَعَاشِرُوهُنَّ بِالْمَعْرُوفِ ۚ فَإِنْ كَرِهْتُمُوهُنَّ فَعَسَى أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَجَعَلَ اللَّهُ فِيهِ خَيْرًا كَثِيرًا ﴿٢٩﴾

artinya: “Hai orang-orang yang beriman, tidak halal bagi kamu mempusakai wanita dengan jalan paksa dan janganlah kamu menyusahkan mereka karena hendak mengambil kembali sebagian dari apa yang telah kamu berikan kepadanya, terkecuali bila mereka melakukan pekerjaan keji yang nyata. dan bergaullah dengan mereka secara patut. kemudian bila kamu tidak menyukai mereka, (maka bersabarlah) karena mungkin kamu tidak menyukai sesuatu, Padahal Allah menjadikan padanya kebaikan yang banyak.”

Dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah : 188

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَآ إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya: “dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui.”

⁵⁶Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Galia Indonesia, 2017), h. 192.

Dalam Hadits

عن سعيد بن زيد رضي الله عنه أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: من اقتطع منا لأرض شبرا ظلما طوقه الله إياه يوم القيامة من سبع أرضين. (رواه البخاري و مسلم و أحمد)

Artinya: “Dari Sa’id bin Zaid ra. Rasulullah Saw bersabda: Barang siapa yang mengambil dan menyerobot sejengkal tanah milik orang lain secara aniaya, maka sejengkal tanah itu akan dijadikan tujuh bumi dan dikalungkan ke lehernya kelak di akhirat.” (HR. Bukhari, Muslim dan Ahmad).

Harta seseorang haram bagi orang lain. Siapapun itu tidak boleh mengambilnya tanpa kerelaan hati pemiliknya. Dan perampasan hak terbesar adalah menguasai tanah. Kaum Muslimin sepakat tentang diharamkannya perbuatan *gaṣab*. *Gaṣab* adalah salah satu dosa besar meskipun besaran barang yang digasab tidak mencapai kadar pencurian.

Dalam kompilasi hukum ekonomi syariah pasal 435-454 diatur tentang syarat dan ketentuan *gaṣab* adalah sebagai berikut:⁵⁷

- a. Menghalangi pihak atau para pihak untuk menggunakan kekayaan termasuk ghasab.
- b. Mengingkari keberadaan wadi’ah bih termasuk ghasab.
- c. Pelaku perampasan diharuskan mengembalikan harta yang dirampasnya jika harta tersebut masih dikekuasaannya.
- d. Segala biaya yang berhubungan dengan transportasi yang berkaitan dengan perampasan adalah tanggung jawab pelaku

⁵⁷ Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, Pasal 235-454.

perampasan.

- e. Pelaku perampasan wajib memperbaiki dan/atau mengganti kerusakan harta yang telah dirampasnya.
- f. Pelaku perampasan wajib mengganti harta yang telah dirampasnya jika harta tersebut telah hilang atau telah dipindahtangankan.
- g. Penggantian harta dapat dilakukan dengan harta yang sama atau dengan nilai harganya.
- h. Pelaku perampasan telah terbebas dari tanggung jawab penggantian bila ia telah menyerahkan kembali harta yang telah dirampasnya kepada pemiliknya
- i. Perampasan dianggap tidak terjadi jika pelaku perampasan mengembalikan harta yang dirampasnya kepada korban perampasan sebelum korban perampasan tersebut mengetahui bahwa hartanya telah dirampas.
- j. Pelaku perampasan harus mengembalikan harta yang dirampasnya kepada korban perampasan atau kepada wali yang mengampu orang yang hartanya dirampas.
- k. Korban perampasan berhak meminta penggantian harta yang sejenis atau meminta ganti uang yang senilai dengan benda yang dirampas, kepada pelaku perampasan jika hartanya yang dirampas yang akan dikembalikan telah dimodifikasi atau telah berkurang kualitasnya.
- l. Pelaku perampasan wajib membayar harta penyusutan nilai dari

harta yang dirampasnya jika penyusutan nilai terjadi karena perbuatannya.

m. Setiap pertambahan nilai dari harta rampasan menjadi milik korban rampasan.

5. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka mengungkapkan hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Selain itu, penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai referensi dan acuan bagi penulis untuk melakukan penelitian itu sehingga terjadi penelitian yang saling terkait. Diantaranya penelitian terdahulu yang terkait dengan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Skripsi Siti Nur fadhilah (2017) yang berjudul "Tinjauan Hukum Islam tentang Praktik Jual Beli Masker dan *Cream* Wajah yang Mengandung Serbuk Emas bagi Laki-Laki (Studi Kasus di Nina Shop Bumiayu). Penelitian ini merupakan skripsi IAIN Purwokerto, dilakukan dalam rangka mengambil strata 1 program studi Muamalah. Penelitian ini menarik pada permasalahan di mana kehadiran pasar dan iklan yang memberikan janji-janji disertai berbagai produk kecantikan yang kompoisisnya mengandung serbuk emas, pada akhirnya membuat perempuan bahkan laki-laki menjadi tidak berdaya dan selalu ingin mengkonsumsi benda atau jasa demi sebuah kesempurnaan penampilan. Hasil analisa penulis apabila masker dan cream wajah yang mengandung serbuk emas yang dibeli di *Nina Shop* Bumiayu dan

yang membeli kaum laki-laki untuk perawatan sendiri maka hukumnya haram. Pengharaman tersebut didasarkan dalil-dalil al-Qur'an dan hadits yang mengharamkan kaum laki-laki menggunakan emas, dan juga berdasarkan dalil-dalil serta kaidah-kaidah Ushul Fiqh yang ada serta dari sisi kesehatan yang membahayakan penggunaannya.⁵⁸

2. Skripsi Siti Mei Muzaiyanah (2017) yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Penggunaan Kosmetik di Toko Amelia Dusun Bulu Desa Candimulyo Dolopo”. Penelitian ini merupakan skripsi IAIN Ponorogo, dilakukan dalam rangka mengambil strata 1 program studi Muamalah. Penelitian ini menarik pada permasalahan di mana produsen kosmetik tidak mementingkan kesehatan para konsumen tidak memperhatikan kualitas. Artinya, banyak produk-produk kosmetik yang beredar di masyarakat mengandung zat-zat yang berbahaya. Hasil penelitian tersebut dalam hukum Islam karena merugikan konsumen dan praktik tersebut telah melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen.⁵⁹
3. Skripsi Tri Hastuti (2020) yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Kosmetik *Waterproof* (Studi di Siger Beauty Bandar Lampung)”. Penelitian ini merupakan skripsi mahasiswi UIN Raden Intan Lampung, dilakukan dalam rangka mengambil strata 1 program

⁵⁸ Siti Nur Fadhillah, Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli Masker dan *Cream* Wajah yang Mengandung Serbuk Emas Bagi Laki-Laki (Studi Kasus di Nina Shop Bumiayu), (*Skripsi* Program Studi Muamalah IAIN Purwokerto, 2017), h. iii.

⁵⁹ Siti Mei Muzaiyanah, Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Penggunaan Kosmetik Di Toko Amelia Dusun Bulu Desa Candimulyo Dolopo, (*Skripsi* Program Studi Muamalah IAIN Ponorogo, 2017), h. iii.

studi Muamalah. Penelitian ini menarik pada permasalahan di mana dalam dunia kecantikan kosmetik *Waterproof* sangatlah dikenal pada kalangan masyarakat pada umumnya dimana kosmetik *waterproof* disini apa bila digunakan sangatlah membantu kosmetik tersebut lebih tahan lama maka dari itu kosmetik tersebut sangatlah membantu untuk para kaum hawa pada umumnya namun dibalik tahan lamanya kosmetik tersebut ada beberapa masalah yakni apa bila digunakan terus menerus akan menyebabkan suatu iritasi, dan penyebabnya iritasi beragam tergantung apa yang digunakan pada produk tersebut misal dalam penggunaan maskara bisa menyebabkan bulu mata rontok dan sedangkan *foundation* apabila digunakan terus menerus bisa menyebabkan jerawat dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa jual beli yang dilakukan di toko Siger Beauty boleh karna salah satu rukun dan syaratnya terpenuhi yakni dari sisi objeknya masih banyak menimbulkan suatu manfaat karena membantu kaum hawa agar terlihat cantik disetiap hal namun dalam penggunaan kosmetik *waterproof* tidak dianjurkan setiap hari.⁶⁰

Dari beberapa karya ilmiah yang ada, setelah diamati, kajian secara spesifik dan komprehensif terdapat persamaan dan perbedaan dengan skripsi yang diteliti oleh peneliti dengan judul “Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif Tentang Promosi Skincare dengan Sistem Penyebaran

⁶⁰ Tri Hastuti, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Kosmetik *Waterproof* (Studi di Siger Beauty Bandar Lampung), (Skripsi Program Studi Muamalah UIN Raden Intan Lampung, 2020), h. ii.

Testimoni (Studi Kasus pada *Online Shop Adha White Series Bandar Lampung*)”. Adapun persamaannya yaitu sama-sama membahas masalah kosmetik sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada pokok permasalahan yang dibahas. Pada pokok permasalahan yang dibahas oleh peneliti terletak pada praktik promosi dalam jual beli *skincare* menggunakan testimoni milik konsumen tanpa izin dari konsumen yang bersangkutan.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

A.Hasan, *Terjemahan Bulughul Maram*, Bandung: Diponegoro, 2011.

Ahmad Az-Zarqa, Mushtafa, *Al-Madkhal Al-Fiqh Al-'Am* (Dar Al-Fikr, Beirut, Tt Bakti, 2017.

Al-Faifi, Sulaiman, *Ringkasan Fiqh Sunnah Sayyid Sabiq*, Jakarta: Beirut Publishing, 2014.

Undang-Undang

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Buku

Abdulhaq, Zainal, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Pustaka Amani, 2002.

Al-Qardhawi, Yusuf, *Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, Cet. I, Jakarta: Robani Press, 1977.

Ali, Hasan, *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2004.

Anwar, Syamsul, *Hukum Perjanjian Syariah : Studi Tentang Teori Akad dalam Fiqh Muamlalah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.

Amir, Dja'far, *Ilmu Fiqih*, Solo: Ramadhani, 1991.

Amirudin, Zainal. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Pt. Raja Graфика Persada. 1991.

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineke Cipta, 2006.

Ashshofa, Burhan. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.

- Arsyad, Lincolin, *Pengantar Perencanaan Pembangunan Ekonomi Daerah* Yogyakarta: BPFE, 2009.
- Burhanuddin S, *Hukum Bisnis Syariah*, Bandung : UII Press, 2010.
- Dahlan, Moh. Abdullah Ahmed An-Na'im *Epistimologi Hukum Islam*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Dewi, Gemala, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Dib Al-Bugha, Musthafa, *Buku Pintar Transaksi Syariah*, Damaskus: Darul Musthafa, 2009.
- Djamil, Fahturahman, *Penerapan Hukum Perjanjian Dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2103.
- H.S, Salim, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominate di Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika, 2003.
- Harahap, M. Yahya, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Bandung : Penerbit Alumni, 1986.
- Harun, Nasron, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Grafindo Persada Pratama, 2007.
- Hasan, M. Ali, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Hakim, Lukman *Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah*, Bandung: Erlangga, 2012.
- Hakim, Muhammad Aziz, *Cara Praktis Memahami Transaksi dalam Islam*, Jakarta: Pustaka Hidayah, 1996.
- Hernako, Agus Yudha, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Jakarta, Kencana, 2014.
- Husain At-Tariqi, Abdullah, Abdul, *Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Magistra Insani Press, 2004.
- Ibrahim, *Penerapan Fikih*. Solo: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2004.
- Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, Jakarta: Kencana, 2015.
- Izzan, Ahmad, *Refrensi Ekonomi Syariah*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Jastanih, Hannan Binti Muhammad Husein, *Aqsam Al-Uqud Fi Al-Fiqh Al-Islami*, Makkah: Jam'iah Umm Al-Qura, 1418 H/1998 M.
- K. Lubis, Suhrawardi, Farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2014.

- Mardani, *Hukum Perikatan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika, 2013.
- Miru, Ahmadi, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Jakarta: Grafindo Persada, 2011.
- Muhammad, Abdulkadir, *Hukum Perikatan*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 1990.
- Nurhayati, *Fiqh dan Ushul Fiqh* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018
- Pasaribu, Chairuman, Suhrawardi K Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, Jakarta: Sinar Grafika: 2004.
- Oni Sahroni, dkk, *Fikih Muamalah Dinamika Teori Akad dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.
- R. Soebekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta : Intermasa, 1979.
- Susiadi. *Metodelogi Penelitian*. Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan LP2M Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2015
- Wirasasmita, Rivai. *Kamus Lengkap Ekonomi*. Bandung: Pionir Jaya, 2002.

Jurnal

- Rachamawati, Eka Nuraini ,& Nab Mumin Bin Ab Ghani, Akad Jual Beli dalam Perspektif Fiqih dan Praktiknya di Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Al-Adalah*, Vol. XII, (Desember 2015).
- Rusfi, Mohammad, “Filsafat Harta: Prinsip Hukum Islam Terhadap Hak Kepemilikan Harta”, *Jurnal Al-Adalah*, Vol. 13, No. 2 (Desember 2016

On-Line

- <https://www.zenius.net/prologmateri/bahasa-indonesia/a/1165/iklan>, (Diakses pada Tanggal 11 Januari 2020 Pukul 19.00 WIB).

Wawancara

- Alda (Pembeli), Wawancara dengan Penulis, Sukarame, Bandar Lampung, Pada Tanggal 30 September 2020.
- Desy (Pembeli), Wawancara dengan Penulis, Sukarame, Bandar Lampung, Pada Tanggal 2 Oktober 2020.
- Devina (Pembeli), Wawancara dengan Penulis, Sukarame, Bandar Lampung, Pada Tanggal 30 September 2020.

Dewi Indriyani (Penjual), Wawancara dengan Penulis, Sukarame, Bandar Lampung, Pada Tanggal 25 September 2020.

Dina (Pembeli), Wawancara dengan Penulis, Sukarame, Bandar Lampung, Pada Tanggal 30 September 2020.

Indri (Pembeli), Wawancara dengan Penulis, Sukarame, Bandar Lampung, Pada Tanggal 2 Oktober 2020.

Julia (Pembeli), Wawancara dengan Penulis, Sukarame, Bandar Lampung, Pada Tanggal 2 Oktober 2020.

Laila (Pembeli), Wawancara dengan Penulis, Sukarame, Bandar Lampung, Pada Tanggal 01 Oktober 2020.

Meisa (Pembeli), Wawancara dengan Penulis, Sukarame, Bandar Lampung, Pada Tanggal 30 September 2020.

Nurma (Pembeli), Wawancara dengan Penulis, Sukarame, Bandar Lampung, Pada Tanggal 30 September 2020.

Puji Ayu (Pembeli), Wawancara dengan Penulis, Sukarame, Bandar Lampung, Pada Tanggal 2 Oktober 2020.

Rahma (Pembeli), Wawancara dengan Penulis, Sukarame, Bandar Lampung, Pada Tanggal 2 Oktober 2020.

Rianti (Pembeli), Wawancara dengan Penulis, Sukarame, Bandar Lampung, Pada Tanggal 28 September 2020.

Sartika (Pembeli), Wawancara dengan Penulis, Sukarame, Bandar Lampung, Pada Tanggal 30 September 2020.

Viola (Pembeli), Wawancara Dengan Penulis, Sukarame, Bandar Lampung, Pada Tanggal 28 September 2020.